

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Definisi Operasional

Judul yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Penentuan Rute Perjalanan Wisata Kota Batu. Adapun definisi operasional dari judul dari penelitian tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Penentuan

Penentuan yang berasal dari kata ‘tentu’ di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga tahun 2002 merupakan suatu proses, cara, dan perbuatan menentukan.

b. Rute

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga tahun 2002, rute merupakan jarak atau arah yang harus diturut (ditempuh, dilalui).

c. Perjalanan

Perjalanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga tahun 2002, adalah kepergian (perihal bepergian) dari suatu tempat ke tempat lain.

d. Wisata

Menurut Undang-undang RI Nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata dan Peraturan Pelaksanaannya, wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

e. Kota Batu

Merupakan salah satu kota di Propinsi Jawa Timur yang memiliki letak geografis pada posisi antara 7^o55’30” sampai dengan 7^o57’30” Lintang Selatan dan 115^o17’0” sampai dengan 118^o19’0” Bujur Timur, dengan luas wilayah 151.37 km² atau 15.137 hektar.

2.2. Definisi Pariwisata

Kata “pariwisata” secara etimologi berasal dari bahasa sansekerta, bukanlah berarti *tourisme* atau *tourism*, akan tetapi pariwisata bersinonim dengan kata *tour*, kata pariwisata merupakan kata yang terdiri dari dua suku kata yaitu kata “pari” dan “wisata”(Yoeti, 1996:112).

Pariwisata sesungguhnya baru populer di Indonesia setelah diselenggarakan Musyawarah Nasional *Tourisme* di Tretes, Jawa Timur pada tanggal 12 sampai 14 Juni 1958.

Berikut ini adalah beberapa pengertian tentang pariwisata:

- Menurut Instruksi Presiden RI Nomor 9 tahun 1969 Bab 1 pasal 1, kegiatan kepariwisataan adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan promosi, perjalanan dengan segala fasilitas yang diperlukan, akomodasi, dan rekreasi.
- Menurut Undang-undang RI Nomor 9 tahun 1990, pasal 1, pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan objek, dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut.
- Menurut BPS 1981, 1984, 1991, pariwisata merupakan keseluruhan rangkaian yang berhubungan dengan gerakan manusia yang melakukan perjalanan atau persinggahan sementara dan tempat tinggal, ke suatu atau beberapa tempat tujuan di luar lingkungan tempat tinggal yang didorong beberapa keperluan tanpa bermaksud untuk mencari nafkah tetap.
- Menurut Yoeti (1992: 24), pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan bukan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna memenuhi kebutuhan yang bermacam-macam.
- Menurut Lundberg (1997), pariwisata adalah konsep umum yang sejarahnya kembali ke masa lampau, dan definisinya selalu berubah. Istilah *tourist* atau kepariwisataan mencakup orang-orang yang melakukan perjalanan pergi dari rumahnya, dan perusahaan-perusahaan yang memperlancar atau mempermudah perjalanan mereka, atau membuatnya lebih menyenangkan.

- Menurut Soekadijo (2000:2), pariwisata adalah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan.

2.2.1. Jenis-jenis pariwisata

Pembagian jenis pariwisata dipengaruhi oleh potensi yang dimiliki atau warisan yang ditinggalkan nenek moyang pada suatu negara, menurut jenis objek wisata yang dimiliki oleh suatu daerah dapat dibagi menjadi (Yoeti, 1996:123):

1. *Cultural tourism*

Cultural tourism merupakan salah satu jenis pariwisata, dimana motivasi orang-orang untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni-budaya suatu tempat atau daerah. Jenis 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 di negara lain; untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu atau sebaliknya penemuan-penemuan besar masa kini, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan; atau juga untuk ikut serta dalam festival-festival seni musik, teater, tarian rakyat, dan sebagainya.

2. *Recuperational tourism*

Pariwisata ini sering disebut sebagai pariwisata kesehatan. Tujuan orang-orang untuk melakukan perjalanan adalah untuk menyembuhkan suatu penyakit, seperti mandi di sumber air panas, mandi lumpur, mandi susu, dan mandi kopi.

3. *Commercial tourism*

Pariwisata ini disebut juga sebagai pariwisata perdagangan, karena perjalanan wisata ini dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional atau internasional, dimana sering diadakan kegiatan *expo, fair, exhibition*, dan lain-lain.

4. *Sport tourism*

Pariwisata ini sering disebut sebagai pariwisata olah raga. Pariwisata ini bertujuan untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olah raga di sesuatu tempat atau negara tertentu, seperti Olympiade, All England, pertandingan tinju atau sepak bola.

5. *Political tourism*

Pariwisata ini sering disebut juga pariwisata politik, yang bertujuan untuk melihat atau menyaksikan suatu peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara.

6. *Social tourism*

Pariwisata ini sering disebut pariwisata sosial, pengertian ini hanya dilihat dari segi penyelenggaraanya yang tidak menekankan untuk mencari keuntungan.

7. *Religion tourism*

Pariwisata ini bertujuan untuk melihat atau menyaksikan upacara-upacara keagamaan, seperti kunjungan ke Lourdes bagi orang beragama Katolik, atau Haji Umroh bagi orang beragama Islam, atau upacara agama Hindu Bali di Sekenan, Bali.

Yoeti (1996:178) menyatakan terdapat perbedaan yang asasi antara istilah “objek wisata” dan “atraksi wisata”. Sesuatu dapat disebut sebagai objek wisata apabila untuk melihat objek tersebut tidak persiapan dilakukan terlebih dahulu, walaupun kadang-kadang kita harus membayar sekedar tanda masuk. Misalnya pemandangan, gunung, sungai, danau, candi, bangunan, monumen, gereja, masjid, tugu peringatan, dan lain-lain. Lain halnya dengan *tourist attraction* atau atraksi wisata yang dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

Pada penelitian ini, teori jenis pariwisata digunakan untuk mengetahui jenis-jenis objek wisata yang terdapat di Kota Batu. Di Kota Batu terdapat berbagai macam jenis objek wisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Keberadaan objek wisata berdasarkan jenisnya digunakan untuk mengetahui karakteristik objek wisata yang terdapat di Kota Batu.

2.3. Definisi Wisatawan

Istilah wisatawan menurut rekomendasi PATA (*Pacific Area Travel Association*) yang didasarkan atas batasan *League of Nation* tahun 1936 dan yang telah diberi amandemen oleh Komisi Teknik IUOTO (*International Union of Official Travel Organizations*) adalah orang-orang yang sedang mengadakan

perjalanan dalam jangka waktu minimal 24 jam dan maksimal 3 bulan di dalam suatu negeri yang bukan merupakan negeri dimana biasanya ia tinggal. Mereka ini meliputi (Pendit, 2002:36):

1. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi, untuk keperluan kesehatan, dan sebagainya.
2. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk maksud menghadiri pertemuan, konferensi, musyawarah, atau di dalam hubungan sebagai utusan berbagai badan/organisasi (ilmu pengetahuan, administrasi, diplomatik, olahraga, keagamaan, dan sebagainya).
3. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dengan maksud bisnis.
4. Pejabat pemerintah dan orang-orang militer beserta keluarganya yang mengadakan perjalanan ke negeri lain.

Definisi berbeda dikemukakan oleh P.W. Ogilive, seorang ahli kepariwisataan Inggris yang melihat pariwisata dari segi bisnis, memberikan batasan wisatawan adalah semua orang yang memenuhi dua syarat, pertama bahwa mereka meninggalkan rumah kediamannya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan kedua bahwa sementara mereka pergi, mereka mengeluarkan uang di tempat yang mereka kunjungi tidak dengan mencari nafkah di tempat tersebut. (Yoeti, 1996:141).

Instruksi Presiden Nomor 9 tahun 1969 memberikan definisi yang lebih sederhana dibandingkan definisi lainnya, yakni wisatawan (*tourist*) adalah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungannya itu. (Yoeti, 1996:141). Definisi wisatawan ini tidak jauh berbeda dari definisi wisatawan menurut Undang-Undang Nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata, yakni wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.

Sedangkan menurut *Oxford English Dictionary* (1933:190) definisi dari *tourist* atau wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan, terutama yang melakukannya untuk rekreasi, orang yang melakukan perjalanan untuk kesenangan dan kebudayaan, orang yang mengunjungi sejumlah tempat untuk

melihat-lihat objek-objek wisata dengan pemandangan yang menarik atau hal-hal lain dengan tujuan yang sama.

2.3.1. Jenis wisatawan

Jenis wisatawan dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu (Musaneff, 1995:14):

a. Wisatawan mancanegara

Menurut Hollonya, wisatawan adalah seorang yang mengadakan perjalanan untuk melihat sesuatu yang lain dan kemudian mengetahui bila ia membayar sesuatu yang telah sesuai. Lebih jelasnya mengenai definisi dari wisatawan mancanegara, Biro Pusat Statistik Jakarta, untuk studi penelitian pengeluaran dan perdagangan wisatawan mancanegara tahun 1991, mendefinisikan wisatawan mancanegara adalah setiap orang yang bukan penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan atau persinggahan sementara ke wilayah geografis Indonesia untuk keperluan apa pun kecuali mencari penghasilan atau nafkah.. Maksud kunjungan tersebut antara lain untuk berlibur, bisnis, menghadiri pertemuan dan mengunjungi kerabat/teman (Hadinoto, 1996:14).

b. Wisatawan nusantara

Definisi wisatawan nusantara adalah seorang penduduk yang melakukan perjalanan ke tempat selain dimana ia tinggal menetap (Musaneff, 1995:14). Di Indonesia istilah wisatawan luar negeri (internasional) dan dalam negeri (domestik) sejak Departemen Pos dan Telekomunikasi (Depparpostel) dipimpin Menteri Susilo Sudarman (alm) di tahun 1990-an diberi konotasi terpisah dengan istilah-istilah: wisatawan luar negeri disebut wisatawan mancanegara (wisman), wisatawan domestik dinamakan wisatawan nusantara (wisnus) (Pendit, 2002:51).

Secara umum, wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu terdapat dua jenis yaitu wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara. Teori ini membantu dalam menentukan jenis wisatawan yang melakukan kunjungan ke objek wisata Kota Batu.

2.3.2. Motif wisata

Menurut Dann (1977) yang dikutip oleh Ross (1998:31) bahwa dalam motivasi terdapat dua faktor atau tahap dalam mengambil keputusan melakukan perjalanan, yaitu :

- a. Faktor pendorong, yaitu faktor yang membuat kita ingin bepergian.
- b. Faktor penarik, yaitu faktor yang mempengaruhi kemana kita akan pergi setelah ada keinginan awal untuk bepergian.

Adapun motivasi yang mendorong wisatawan untuk mengadakan perjalanan wisata (Suswantoro:17) adalah sebagai berikut:

- a. Dorongan kebutuhan untuk berlibur dan berekreasi
- b. Dorongan kebutuhan pendidikan dan penelitian
- c. Dorongan kebutuhan keagamaan
- d. Dorongan kebutuhan kesehatan
- e. Dorongan atas minat terhadap kebudayaan dan kesenian
- f. Dorongan kebutuhan keamanan
- g. Dorongan kebutuhan hubungan keluarga
- h. Dorongan kebutuhan politik

Sedangkan menurut Pitana dan Gayatri (2005), wisatawan mengunjungi suatu daerah tujuan wisata antara lain didorong oleh keinginan untuk mengenal, mengetahui, atau mempelajari daerah dan kebudayaan masyarakat lokal.

Teori motif wisata pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu berdasarkan sifat kunjungannya. Teori ini membantu untuk menentukan karakteristik wisatawan yaitu mengenai motif/tujuan wisatawan melakukan perjalanan wisata di Kota Batu.

2.4. Komponen Pariwisata

Kegiatan pariwisata mencakup dua komponen utama yaitu penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Komponen penawaran merupakan produk wisata yang dapat ditawarkan, yang meliputi objek wisata, sarana pariwisata, jasa pariwisata, serta sarana dan prasarana lingkungan. Komponen permintaan

mencakup kegiatan serta aspirasi wisatawan dan masyarakat di sekitar kawasan pariwisata.

Teori komponen pariwisata yang meliputi permintaan (*demand*) digunakan untuk mengetahui permintaan pengunjung/wisatawan terhadap ragam dan atraksi objek-objek wisata di Kota Batu yang akan dikembangkan. Sedangkan dari sisi penawaran (*supply*) berupa potensi dan daya tarik dari objek wisata yang terdapat di Kota Batu. Dengan demikian, pengembangan dan pembangunan pariwisata Kota Batu dapat berjalan secara optimal.

2.4.1. Komponen penawaran (*supply*)

Aspek *supply* atau penawaran berupa potensi daerah atau potensi objek wisata dapat dijabarkan dalam beberapa faktor sebagai berikut (Yoeti, 1996):

1. Kondisi keanekaragaman objek wisata.
2. Kondisi aksesibilitas daerah wisata.
3. Kondisi pembangunan fasilitas penunjang.
4. Kondisi struktur sosial budaya masyarakat.
5. Kondisi lingkungan.

2.4.2. Komponen permintaan (*demand*)

Faktor-faktor permintaan atau *demand* antara lain (Yoeti, 1997:31):

1. Lama tinggal wisatawan
2. Tipe aktivitas wisatawan
3. Tingkat kepuasan wisatawan
4. Pemanfaatan objek wisata oleh wisatawan

Sedangkan aspek *demand* atau permintaan dibagi menjadi 2 yaitu wisatawan dan masyarakat setempat. Aspek *demand* tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Wisatawan

Selain wisatawan, dikenal pula terminologi pengunjung. *World Tourism Organization* (2001) mendefinisikan pengunjung sebagai satu atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan dan atau tinggal di suatu tempat

di luar wilayah tempat tinggalnya, baik negara, propinsi, kota, ataupun desa selama tidak lebih daripada satu tahun, dengan tujuan bisnis, mengisi waktu luang ataupun tujuan lainnya (Wood, 2002: 9). Istilah pengunjung memiliki perbedaan dalam pelaku perjalanan wisatanya yaitu wisatawan yaitu pengunjung sementara yang menetap sedikitnya 24 jam di lokasi kunjungan serta ekskursionis, yaitu pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di lokasi kunjungan, dan biasanya tidak menginap (Inskeep, 1991: 19).

2. Masyarakat setempat

Masyarakat lokal adalah pihak yang akan menerima dampak paling besar dari kegiatan wisata yang dikembangkan di daerahnya. Aspirasi masyarakat setempat merupakan komponen permintaan yang sangat penting untuk dipertimbangkan dalam rangka pengembangan suatu kegiatan wisata sehingga kegiatan wisata yang diselenggarakan tidak akan menimbulkan kerugian-kerugian bagi masyarakat lokal. Industri pariwisata akan memberi peluang bagi pemberdayaan sumber daya lokal dan menjadi stimulan *multiplier effects* positif bagi perekonomian dan kemajuan masyarakat lokal.

Supriana (1997) mengemukakan bahwa dengan adanya perusahaan pariwisata, peran serta masyarakat dalam menjaga kelestarian alam dan konservasi sumber daya alam dapat diharapkan dilaksanakan sendiri oleh masyarakat atau bersama-sama pengusaha secara aktif maupun pasif. Peran serta aktif dilaksanakan secara langsung baik perorangan maupun bersama-sama secara terorganisir, yang secara sadar ikut membantu program pemerintah dengan inisiatif dan berkreasi melibatkan diri dalam suatu kegiatan yang terdapat dalam kegiatan perusahaan pariwisata alam atau melalui pembinaan rasa memiliki sehingga tercipta hubungan timbal balik antara pemanfaatan dan kesempatan usaha.

Peran serta pasif yaitu timbulnya kesadaran masyarakat untuk tidak melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat mengganggu atau merusak lingkungan alam. Dalam peran serta pasif, masyarakat cenderung sekedar melaksanakan perintah mendukung terpeliharanya konservasi sumber daya alam. Upaya untuk meningkatkan peran serta masyarakat bersifat pasif dapat dilakukan melalui penyuluhan maupun dialog dengan aparat pemerintah untuk membantu

penyebaran pentingnya upaya kelestarian sumber daya alam di sekitar kawasan objek wisata alam dimana juga mempunyai dampak positif terhadap perekonomian wilayah.

Keikutsertaan masyarakat sekitar kawasan objek wisata, dapat berbentuk usaha dagang atau pelayanan jasa baik didalam maupun diluar kawasan objek wisata, antara lain :

- Jasa penginapan atau *homestay*.
- Penyediaan atau usaha warung makanan dan minuman.
- Penyediaan atau toko souvenir/cinderamata dari daerah tersebut.
- Jasa pemandu atau penunjuk jalan.
- Fotografi.
- Menjadi pegawai perusahaan wisata alam dan lain-lain.

2.5. Unsur-Unsur Pokok Kepariwisataaan

Mengembangkan kepariwisataan disuatu objek wisata berarti mengembangkan potensi fisik pada objek tersebut, sehingga fungsinya makin meningkat sebagai objek pariwisata yang dapat dipasarkan. Di setiap objek atau lokasi pariwisata sebetulnya ada berbagai unsur yang saling tergantung, yang diperlukan agar para wisatawan dapat menikmati suatu pengalaman yang memuaskan.

Suatu kegiatan pembangunan kepariwisataan tidak dapat dilepaskan dari pola kegiatan ekonomi suatu daerah, karena kepariwisataan merupakan salah satu komponen perekonomian daerah. Di setiap objek atau lokasi pariwisata terdapat berbagai unsur yang saling tergantung, yang diperlukan agar para wisatawan dapat menikmati suatu pengalaman yang memuaskan.

Pola persyaratan terhadap daya tarik pariwisata dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan pertimbangan-pertimbangan, antara lain:

Tabel 2. 1 Persyaratan Penelitian Daya Tarik Wisata

Faktor	Kriteria	Pertimbangan
Alam	Keindahan	Topografi umum seperti flora dan fauna di sekitar pantai, sungai, laut, dan sebagainya.
	Iklim	Sinar matahari, suhu udara, cuaca, angin, hujan, panas, kelembaban, dan sebagainya.
Sosial Budaya	Adat istiadat	Pakaian, makanan dan tata cara hidup daerah, pesta rakyat, kerajinan tangan dan produk-produk lokal lainnya.
	Seni bangunan	Arsitektur setempat seperti candi, masjid, pura, gereja, monumen, bangunan adat, bangunan kuno, dan sebagainya.
	Pentas dan pagelaran, festival	Gamelan, musik, seni tari, pekan olahraga, kompetisi dan pertandingan dan sebagainya.
	Pameran, pekan raya	Pekan raya bersifat industri komersial.
Sejarah	Peninggalan purbakala	Bekas-bekas istana, tempat peribadatan, kota tua dan bangunan-bangunan purbakala peninggalan sejarah, dongeng atau legenda.
Agama	Kegiatan masyarakat	Kehidupan beragama tercermin dari kegiatan penduduk setempat sehari-harinya dalam soal beribadat, upacara pesta, dan sebagainya.
Fasilitas Rekreasi	Olah raga	Berburu, memancing, berenang, voli pantai, berlayar
	Edukasi	Akuarium, museum, dan sebagainya.
Fasilitas kesehatan	Untuk istirahat, berobat	SPA mengandung mineral, piknik, istirahat, dan sebagainya.
Fasilitas Berbelanja	Beli ini-itu	Toko-toko souvenir, toko-toko barang kesenian dan hadiah, kelontong toko-toko keperluan sehari-hari, dan sebagainya
Waktu Hiburan	Waktu malam	<i>Night club</i> , diskotik, bioskop, teater, sandiwara, dan sebagainya.
Infrastruktur	Kualitas wisata	Jalan-jalan raya, taman, listrik, air, pelayanan keamanan, pelayanan kesehatan, komunikasi, kendaraan umum, dan sebagainya.
Fasilitas Pangan dan Akomodasi	Makanan dan Penginapan	Hotel, motel, bungalow, inn, <i>cottage</i> , restoran, <i>coffeshop</i> , rumah makan, dan sebagainya.

Sumber : Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana (Pendit Tahun 1994)

Unsur-unsur yang mempengaruhi daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi empat kategori berdasarkan James (1994:63) dalam bukunya yang berjudul *Pariwisata Indonesia Siasat*, yaitu :

2.5.1. Daya tarik (*attraction*)

Merupakan pusat dari industri pariwisata. Menurut pengertiannya, *attraction* mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Meliputi jenis objek yang akan dijual, yang memenuhi 3 syarat antara lain:

1. Apa yang dapat dilihat (*something to see*)
2. Apa yang dapat dilakukan (*something to do*)
3. Apa yang dapat dibeli (*something to buy*)

Motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata adalah untuk memenuhi atau memuaskan beberapa kebutuhan dan permintaan. Biasanya wisatawan tertarik pada suatu lokasi karena ciri-ciri khas tertentu. Ciri-ciri khas yang menarik wisatawan adalah :

1. Keindahan alam

Yang dimaksud dengan alam adalah alam fisik, flora dan faunanya. Meskipun sebagai atraksi wisata ketiga-tiganya selalu berperan bersama-sama, bahkan biasanya juga bersama-sama dengan modal kebudayaan dan manusia. Alasan mengapa alam menarik bagi wisatawan adalah:

- Banyak wisatawan tertarik oleh kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan di alam terbuka. Daerah terpenting untuk wisatawan yang demikian itu adalah pegunungan, hutan dan pantai.
- Dalam kegiatan pariwisata jangka pendek, pada akhir pekan atau dalam masa liburan, orang sering mengadakan perjalanan sekedar untuk menikmati pemandangan atau suasana pedesaan atau kehidupan di luar kota.
- Banyak wisatawan yang mencari ketenangan di tengah alam yang iklimnya nyaman, suasananya tenang, pemandangannya bagus dan terbuka luas.
- Ada wisatawan yang menyukai tempat-tempat tertentu dan setiap kali ada kesempatan untuk pergi, mereka kembali ke tempat-tempat tersebut.
- Pihak wisatawan tidak perlu ada pengeluaran biaya dan adanya keseragaman (*variety*) di suatu daerah bisa merupakan sesuatu yang menambah daya tarik dan dapat dipakai sebagai bagian pokok dari promosi.
- Alam juga sering menjadi bahan studi untuk wisatawan budaya, khususnya wisatawan widya.

2. Iklim atau cuaca

Merupakan tema pemasaran yang paling umum sebagai dasar promosi suatu daerah wisata sesudah didirikan beberapa atraksi pariwisata yang sesuai.

3. Kebudayaan

Yang dimaksud dengan kebudayaan disini adalah kebudayaan dalam arti luas, tidak hanya meliputi “kebudayaan tinggi” seperti kesenian atau perikehidupan keraton dan sebagainya, akan tetapi juga meliputi adat istiadat dan segala kebiasaan yang hidup ditengah-tengah suatu masyarakat seperti pakaiannya, cara berbicara, kegiatannya di pasar dan sebagainya. Dalam hal ini semua *act* dan *artifact* (tingkah laku dan hasil karya) sesuatu masyarakat, dan tidak hanya kebudayaan yang hidup, akan tetapi juga kebudayaan yang berupa peninggalan-peninggalan atau tempat-tempat bersejarah. Tiap daerah mempunyai suatu kebudayaan yang unik, adat istiadat, selera dan perkembangan intelektual. Kebudayaan dari suatu daerah sebetulnya sangat dipengaruhi oleh sejarahnya dan hal ini mempunyai implikasi bagi industri pariwisata, sehingga faktor yang paling menarik bagi wisatawan adalah perbedaan antara kebudayaan mereka dengan kebudayaan daerah yang dikunjungi.

4. Sejarah

Sumber daya historis (*historical resources*) dapat dibagi antara perang, agama, perumahan atau tempat tinggal, dan pemerintah.

5. Sumber daya manusia

Bahwa manusia dapat menjadi atraksi wisata dan menarik kedatangan wisatawan bukan hal yang luar biasa. Manusia sebagai atraksi wisata yang baik apabila orang-orang tidak mengeksploitasi sifat-sifat manusia yang tidak baik untuk mencari keuntungan.

6. Aksesibilitas (kemampuan atau kemudahan mencapai tempat tertentu)

Salah satu komponen penting dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas atau kelancaran perpindahan seseorang dari suatu tempat ke tempat lainnya. Perpindahan itu bisa dalam jarak dekat dan bisa juga dalam jarak menengah atau jauh. Untuk melakukan perpindahan itu tentu saja diperlukan alat-alat transportasi. Dan dalam melakukan perpindahan tersebut berbagai keinginan terkait di dalamnya. Beberapa daerah wisata tertentu sangat populer karena cukup dekat atau mudah dikunjungi dari daerah kota besar. Aksesibilitas dapat diukur menurut waktu, biaya, frekuensi dan kesenangan.

2.5.2. Fasilitas

Fasilitas dibutuhkan untuk melayani wisatawan selama perjalanan. Fasilitas cenderung berorientasi pada *attraction* di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Fasilitas cenderung mendukung bukan mendorong pertumbuhan dan cenderung berkembang pada saat yang sama atau sesudah *attraction* berkembang. Suatu atraksi (*attraction*) juga dapat merupakan suatu fasilitas.

Dalam melakukan perjalanan sementara waktu ke tempat atau daerah yang menjadi tujuan wisata diperlukan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan. Sarana wisata dapat dibagi dalam tiga unsur pokok menurut A. Yoeti Oka dalam bukunya Pengantar Pariwisata (1992:184), yaitu:

1. Sarana pokok kepariwisataan, adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata. Termasuk dalam kelompok ini adalah *travel agent* atau *tour operator*, perusahaan-perusahaan angkutan wisata, hotel, dan jenis akomodasi lainnya, restoran dan rumah makan lainnya serta objek wisata dan atraksi wisata.
2. Sarana pelengkap kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi yang terpenting adalah menjadikan para wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Yang termasuk dalam kelompok ini seperti sarana olahraga dan lainnya.
3. Sarana penunjang kepariwisataan adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi fungsi yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya ditempat yang dikunjunginya. Yang termasuk dalam kelompok ini antara lain *nightclub*, *casino* dan *entertainment*, *souvenir shop* dan lain-lain.

2.5.3. Infrastruktur

Atraksi dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur. Yang dimaksud dengan prasarana (infrastruktur) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Prasarana pariwisata dibagi menjadi dua bagian yang penting menurut A. Yoeti Oka dalam bukunya Pengantar Pariwisata (1992:172), yaitu:

1. Prasarana perekonomian (*economic infrastructures*), yang dapat digolongkan menjadi:

- Pengangkutan (*transportation*)

ialah pengangkutan yang dapat membawa wisatawan dari daerah asal ke tempat tujuan wisata, dengan menggunakan pesawat udara untuk jarak jauh, kapal laut, kereta api, bus, taksi dan kendaraan lainnya.

Aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi karena faktor jarak dan waktu sangat mempengaruhi keinginan orang untuk melakukan perjalanan wisata. Dengan demikian transportasi dapat memudahkan wisatawan mengunjungi suatu daerah tertentu. Transportasi yang ada harus memenuhi syarat-syarat agar dapat berfungsi dengan baik, antara lain (Soekadijo, 2000):

▪ Kenyamanan angkutan

Berupa kendaraan, jalan dan sarana pendukung, jasa pelayanan dalam Kenyamanan angkutan yang didukung oleh adanya kelengkapan fasilitas transpor utama yang perjalanan yang meliputi jasa-jasa seperti fasilitas istirahat, fasilitas toilet dan keramahtamahan dalam perjalanan.

▪ Syarat waktu perjalanan

Waktu perjalanan akan sangat dipengaruhi oleh jarak yang harus ditempuh oleh wisatawan dalam perjalanannya ke tempat objek wisata. Makin singkat waktu perjalanan yang diperlukan maka semakin baik. Untuk memperoleh jarak yang pendek diperlukan fasilitas jalan dan tersedianya fasilitas parkir.

- Biaya perjalanan
Tinggi rendahnya biaya perjalanan akan ikut menentukan apakah seseorang mengadakan perjalanan atau tidak.
 - Prasarana komunikasi (*communication infrastructure*)
Dengan tersedianya prasarana komunikasi akan dapat mendorong para wisatawan untuk mengadakan perjalanan jauh. Yang termasuk dalam kelompok ini ialah telepon, telegraf, radio, TV, surat kabar, dan pelayanan kantor pos.
 - Kelompok yang termasuk utilitas.
Yang termasuk dalam kelompok ini adalah penerangan, listrik, persediaan air minum, sistem irigasi, dan sumber energi.
2. Prasarana sosial (*social infrastructures*), adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada. Yang termasuk dalam kelompok ini adalah:
- Pelayanan kesehatan (*health services facilities*)
 - Faktor keamanan (*safety*) dan keramahan (*hospitality*), wisatawan yang sedang mengadakan perjalanan berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal, maka kepastian atau jaminan keamanan sangat penting. Citra yang baik dari suatu produk wisata akan mendorong berkembangnya usaha pariwisata.
 - Petugas yang langsung melayani wisatawan (*government apparatus*). Termasuk dalam kelompok ini ialah petugas imigrasi, petugas bea cukai, petugas kesehatan, polisi dan pejabat-pejabat lain yang berkaitan dengan pelayanan pariwisata.

2.5.4. Informasi dan promosi (*information*)

Meliputi cara-cara publikasi dan promosi yang akan dilakukan sebagai unsur pendukung pengembangan suatu objek wisata. Menurut RG. Soekadijo (2000) kegiatan promosi wisata dapat berupa promosi langsung dan promosi tidak langsung. Promosi langsung dapat dilaksanakan dengan menggunakan cara seperti peragaan, barang cetakan, pameran khusus dan lainnya. Sedangkan promosi tidak

langsung dapat dengan cara pemberian informasi dalam bentuk cetakan, publikasi di majalah, kunjungan perusahaan penyalur. Berhasil tidaknya promosi dapat diukur dari banyaknya informasi yang diminta dan besarnya volume kedatangan wisatawan.

Teori mengenai unsur-unsur pokok kepariwisataan yang meliputi daya tarik (*attraction*), fasilitas, infrastruktur, serta informasi dan promosi (*information*) digunakan untuk mengetahui karakteristik dan potensi wisata yang terdapat di Kota Batu baik melalui atraksi dan kegiatan wisata maupun saran dan prasarana yang ditawarkan kepada wisatawan.

2.6. *Linkage System* (Sistem Keterkaitan)

Dalam teori *Urban Linkage* dijelaskan sebagai suatu hubungan dari gerakan atau arah *linkage* yang menunjukkan hubungan dari pergerakan (aktifitas), terjadi pada beberapa zona makro maupun mikro, dengan atau tanpa keragaman fungsi, yang berkaitan dengan aspek-aspek fisik, historis, ekonomi, sosial, budaya, dan politik. Dalam *linkage system* ada beberapa aspek yaitu: pedestrian, transportasi, dan parkir. *Linkage teory* adalah salah satu pendekatan yang dinamis dari sistem sirkulasi dan menjadi motor penggerak dari bentukan kota. Selain itu *linkage* juga berfungsi sebagai pengikat mata rantai dari bagian wilayah kota, penyatu berbagai aktifitas dan bentuk fisik kota.

Soekadijo (2000) mengatakan bahwa usaha pariwisata adalah usaha untuk membuat wisatawan meninggalkan tempat kediamannya dan pergi ke tempat tujuan perjalanannya. Dalam kaitannya dengan systemic linkage maka dapat dijabarkan dalam mobilitas spasial. Dalam mobilitas spasial terdapat determinan komplementaritas motif wisata dan atraksi wisata, jasa wisata dan transferabilitas (kemudahan berpindah tempat atau bepergian wisatawan ke tempat tujuan).

Faktor-faktor yang memungkinkan transferabilitas adalah (Soekadijo, 2000:137) :

1. Konektivitas antara daerah satu dengan yang lain.

Yang dimaksud dengan konektivitas antar daerah ialah adanya hubungan antar daerah. Konektivitas atau hubungan antar daerah ada hubungannya dengan determinan perjalanan wisata yang pertama, yaitu komplementaritas antara motif perjalanan dan atraksi wisata.

2. Tidak adanya faktor penghalang dalam transferabilitas antar daerah.

Faktor-faktor penghalang yang bersifat fisik (alam) ialah kondisi alam yang merintang atau mempersulit perjalanan antara dua daerah. Sedangkan faktor penghalang yang bersifat sosial budaya antara lain misalnya sulitnya mendapatkan visa untuk mengunjungi suatu negara, tidak adanya hubungan diplomatik antara negara satu dengan negara lain, sikap curiga dan tidak ramah di daerah tertentu terhadap wisatawan serta adanya perang atau keadaan yang tidak aman.

3. Tersedianya angkutan antar daerah.

Berdasarkan jenis sarana angkutan yang ada, maka bentuk-bentuk wisata menurut angkutannya antara lain ialah wisata jalan kaki, wisata kafilah, wisata kereta api, wisata bermotor, wisata kapal laut, dan wisata udara.

Jika output satu aktivitas di suatu daerah merupakan input untuk aktivitas lainnya, maka biaya pengangkutan (*transfer cost*) akan berkurang dengan saling berdekatnya dua buah aktivitas dan kehadiran aktivitas-aktivitas di suatu daerah akan menambah daya tarik daerah tersebut sebagai tempat lokasi bagi aktivitas lainnya. Tetapi jarang sekali penarikan yang demikian akan mempunyai kekuatan yang sama dari kedua arah. Kita dapat membedakan berbagai masalah dimana rangkaian yang ada lebih bersifat "mengarah ke belakang (*backward*)" atau dapat pula lebih bersifat "mengarah ke depan (*forward*)" (Hoover, 1977:12).

Rangkaian aktivitas yang mengarah ke belakang (*backward linkage*) berarti penarikan aktivitas secara timbal balik mempunyai arti yang penting khususnya dalam melengkapi suatu aktivitas. Atau dengan kata lain, satu aktivitas yang berorientasikan ke pasar (*market oriented activity*) timbul oleh adanya suai

aktivitas penjualan. Aktivitas yang demikian dinamakan dengan rangkaian aktivitas yang mengarah ke belakang, oleh karena aktivitas tersebut langsung melibatkan satu akibat kepada satu aktivitas lainnya jauh ke belakang yaitu dalam suatu operasi yang mengubah input utama seperti sumber daya alam dan buruh menjadi barang konsumsi akhir. Rangkaian aktivitas yang mengarah ke belakang ini sudah menjadi umum, karena pada kenyataannya banyak sekali aktivitas dari setiap daerah memproduksi dan berorientasi pasar daerah. Dengan membesarnya suatu daerah (baik dalam penduduk dan kesempatan kerja) maka kepentingan pasar intern secara relatif menjadi lebih besar pula. Bermukimnya aktivitas-aktivitas di suatu daerah yang meliputi perdagangan, jasa, pemerintahan, bangunan, industri rupanya dirangsang oleh adanya pertambahan pendapatan dan kesempatan kerja di daerah akibat rangkaian aktivitas secara keseluruhan.

Kemudian rangkaian aktivitas yang mengarah ke depan (*forward linkage*) berarti suatu dorongan pengubah yang kuat dipindahkan kepada aktivitas lainnya jauh ke depan dalam suatu urutan operasi. Aktivitas yang dipengaruhi oleh suatu rangkaian aktivitas yang mengarah ke depan harus sensitif terhadap harga dan penawaran input-inputnya secara daerah (disebut dengan orientasi input). Sekelompok rangkaian aktivitas yang mengarah ke depan meliputi aktivitas-aktivitas yang menggunakan produk sampingan dari aktivitas lainnya pada daerah yang sama.

2.6.1. Sistem perkaitan spasial

Sistem perkaitan spasial pariwisata merupakan konsep perencanaan spasial pariwisata yang terdiri dari konsep perlawatan keliling (*touring*), konsep tempat tujuan (*destination*) dan konsep gabungan (*overall*) (Gunn, 1988).

1. Konsep perlawatan keliling (*touring*)

Konsep ini menghubungkan beberapa lokasi objek wisata menjadi satu mata rantai yang utuh. *Touring* subsistem termasuk atraksi, transportasi, fasilitas pelayanan dan pengarahannya promosi. Kelemahan konsep *touring* adalah tidak dapat diterapkan bila letak antar objek terlalu jauh karena adanya kendala topografi, sedangkan kegunaan konsep ini dapat mencegah penggunaan fasilitas rekreasi dan rute perjalanan wisata yang berulang namun aktivitas

hampir pasif karena waktu terbatas, dan distribusi geografis adalah suatu sirkuit, bukan suatu titik.

2. Konsep tempat tujuan (*destinations*)

Konsep tempat tujuan ini adalah konsep perencanaan pariwisata yang digunakan bila tempat objek wisata saling berjauhan dan karena adanya kendala yang menyebabkan antara objek tersebut tidak dapat dirangkaikan menjadi satu rangkaian. Kelemahan konsep ini adalah kebalikan dari konsep perlawatan keliling dimana terdapat pengulangan penggunaan fasilitas rekreasi dan rute perjalanan, tetapi kelebihanannya adalah mengurangi resiko pencemaran lingkungan pada area yang terbatas.

3. Konsep gabungan (*overall*)

Konsep ini merupakan konsep gabungan antara konsep perlawatan keliling dan konsep tempat tujuan. Konsep ini timbul karena adanya kendala limitasi di kawasan wisata, maka untuk lokasi yang dapat dihubungkan digunakan konsep perlawatan keliling, sedangkan untuk lokasi yang tidak dapat dihubungkan digunakan konsep tempat tujuan.

2.6.2. Perjalanan pariwisata

Konsep ruang perjalanan pariwisata mempunyai beberapa komponen sebagai berikut (Gunn, 1998):

1. Daerah asal wisatawan (*origin*)

Daerah asal wisatawan menyangkut tempat tinggal wisatawan. Untuk pariwisata domestik/daerah tempat tinggal wisatawan bisa saja di dalam batas wilayah pengembangan, tetapi jumlahnya relatif lebih kecil dibandingkan jumlah wisatawan keseluruhan.

2. Pintu gerbang (*entrance*)

Pintu gerbang merupakan pintu masuk/keluar wisatawan, jumlahnya dalah satu atau lebih, berupa pelabuhan udara, pelabuhan laut, kereta api, atau terminal bus.

3. Jalur penghubung (*circulation coridor*)

Jalur penghubung menyangkut pola pergerakan serta pola perjalanan pariwisata, yaitu prasarana dan sarana penghubung yang digunakan wisatawan untuk mencapai objek wisata.

4. Lingkungan pariwisata (*destination zone*)

Lingkungan pariwisata merupakan pengelompokkan objek pariwisata beserta jalur internalnya.

Sedangkan untuk lingkungan pariwisata (*destination zone*) mempunyai beberapa komponen, yaitu (Hadinoto, 1996:36):

1. Pusat pelayanan (*community*)

Merupakan pusat akomodasi, restoran, fasilitas olahraga, terminal dan lain sebagainya. Di sini wisatawan didistribusikan ke objek yang ingin dikunjungi. Pusat pelayanan juga berfungsi sebagai pusat informasi, yaitu memberikan penerangan tentang objek yang terdapat di lingkungan tersebut, cara pencapaian, sarana angkutan yang digunakan dan sebagainya.

2. Gerbang masuk lingkungan (*gateway*)

Umumnya gerbang masuk lingkungan terdapat di pusat lingkungan (pusat pelayanan), berfungsi sebagai gerbang mencapai objek pariwisata di lingkungan tersebut.

3. Kosentrasi objek (*attraction complexes*)

Merupakan objek dengan aneka jenis atraksinya dan fasilitas maupun kesenian serta kelengkapan objek yang dapat dinikmati wisatawan.

4. Jalur penghubung dan jaringan internal (*circulation corridor and linkage*)

Jalur penghubung digunakan wisatawan untuk mencapai gerbang lingkungan. Jaringan internal yaitu jalur penghubungan yang digunakan wisatawan untuk mencapai objek dari pusat pelayanan.

2.6.3. Bentuk-bentuk perjalanan wisata

Bentuk-bentuk perjalanan wisata dapat dibedakan sebagai berikut (Nuriata, 1999:26):

1. Bentuk perjalanan wisata berdasarkan waktu

- *Tour* setengah hari

Tour setengah hari terbagi lagi menjadi empat macam, yaitu:

- *Tour* pagi hari

Tour ini dilaksanakan pada pagi hari, dimulai setelah makan pagi dan berakhir sebelum makan siang. Objek wisata yang dikunjungi adalah objek wisata yang mempunyai kegiatan pada pagi hari.

- *Tour* siang hari

Tour ini dilaksanakan pada siang hari, dimulai setelah makan siang dan berakhir sebelum senja. Objek wisata yang dikunjungi adalah objek wisata yang mempunyai kegiatan pada siang hari.

- *Tour* senja hari

Tour ini dilaksanakan pada senja hari dengan objek kunjungan adalah daya tarik keremangan senja dan kemerlipnya lampu-lampu. *Tour* ini dapat berakhir dengan makan malam.

- *Tour* malam hari

Tour ini dilaksanakan pada malam hari, setelah atau termasuk waktu makan malam dan berakhir di tempat kegiatan kehidupan malam.

- *Tour* lebih dari setengah hari

Lama perjalanan *tour* ini antara 6-7 jam termasuk waktu makan siang. *Tour* ini biasanya dilakukan setelah makan pagi. Objek wisata yang dikunjungi adalah objek wisata yang mempunyai kegiatan pada pagi dan siang hari.

- *Tour* satu hari

Lama perjalanan *tour* ini sekitar 8-10 jam, termasuk waktu untuk makan siang. Pada umumnya *tour* ini dilaksanakan setelah makan pagi dan berakhir sebelum hari mulai gelap. Objek wisata yang dikunjungi adalah objek wisata dengan kegiatan yang dapat dilihat pada pagi dan siang hari.

- *Tour* lebih dari satu hari

Lama perjalanan *tour* ini lebih dari satu hari, bergantung kepada acara dan kebutuhan yang diinginkan wisatawan. Dalam promosinya biasa disebut jumlah harinya, misalnya *2 days tour* atau *3 days tour*.

2. Bentuk perjalanan wisata berdasarkan jumlah peserta

Bentuk perjalanan wisata berdasarkan jumlah peserta ada tiga macam, yaitu perorangan, rombongan, dan massa.

- *Tour* perorangan

Jumlah peserta *tour* tidak menjadi ukuran, tetapi ciri utamanya adalah tidak adanya pimpinan rombongan di antara peserta.

- *Tour* rombongan

Pada bentuk *tour* ini sebenarnya tidak ada batasan yang pasti untuk menentukan kapan sekumpulan wisatawan itu dinyatakan rombongan. Ciri utama dari *tour* ini adalah di dalam kelompok tersebut terdapat seorang atau lebih pimpinan rombongan perjalanan wisata.

- *Tour* massa

Bila rombongan berkembang menjadi rombongan dengan peserta yang banyak sekali, terbentuklah *tour* massa. Hal ini timbul oleh adanya perkembangan dari *tour* dengan kapal pesiar yang jumlah pesertanya banyak sekali.

3. Bentuk perjalanan wisata berdasarkan wilayah

- Perjalanan wisata berdasarkan wilayah tempat tujuan.

Perjalanan berdasarkan wilayah tempat tujuan, misalnya:

- *Bali Tour*, perjalanan dilakukan di Bali.
- *City Tour*, perjalanan dilakukan di dalam kota.

- Perjalanan wisata berdasarkan topografi

Perjalanan wisata berdasarkan topografi wilayah tempat tujuan, misalnya:

- *Senggigi Shore Execusion*, perjalanan dilakukan di perairan Pantai Senggigi.
- *Tawangmangu Tour*, perjalanan dilakukan di Tawangmangu.

4. Bentuk perjalanan wisata berdasarkan tujuan

Selain bertujuan berlibur dalam artian untuk bersenang-senang terdapat pula bentuk *tour* dengan tujuan-tujuan lainnya, antara lain untuk tujuan bisnis, konvensi, kesehatan, dan olahraga.

- Perjalanan wisata berdasarkan tujuan bisnis

Orang mengadakan perjalanan wisata selain untuk tujuan berlibur, juga bertujuan untuk bisnis. Perjalanan wisata yang termasuk dalam kelompok tersebut di atas adalah *expo tour*, *incentive tour*, *familirization tour*.

▪ *Expo tour*

Expo tour adalah acara perjalanan yang mengunjungi kegiatan pameran dagang yang ada kaitannya dengan kegiatan usaha dari wisatawan. Diharapkan setelah mengikuti *tour*, usaha dagangnya akan lebih meningkat. Kunjungan itu dimanfaatkan sebagai ajang promosi atau penjualan.

▪ *Incentive tour*

Incentive tour adalah perjalanan wisata yang diadakan oleh perusahaan bagi karyawannya sebagai insentif untuk meningkatkan produktivitas kerja para karyawan agar hasil produksi dapat ditingkatkan.

▪ *Familirization tour*

Familirization tour adalah suatu perjalanan khusus bagi para *tour operator* atau perusahaan perjalanan yang dirancang untuk lebih mengenal berbagai tujuan wisata beserta fasilitas yang tersedia yang merupakan produk terbaru dari *tour operator* setempat, dengan harapan produk tersebut dibeli atau dipromosikan kepada wisatawan.

- Perjalanan wisata berdasarkan tujuan kesehatan

Perjalanan wisata dengan tujuan kesehatan dampaknya dapat diperoleh setelah mengadakan perjalanan, yaitu kesehatan bagi para peserta *tour*. Misalnya, tradisi orang Inggris mencari pantai atau orang Eropa belahan Utara mencari panas di Mediterania (untuk mandi matahari). Orang Jakarta jalan-jalan ke Puncak yang berudara sejuk. Semuanya mempunyai harapan adanya dampak yang baik bagi kesehatannya.

- Perjalanan wisata berdasarkan tujuan olahraga
Ada dua bentuk perjalanan wisata dengan tujuan olahraga yaitu, menjadi pemain olahraga dan menjadi penonton olahraga. Dimana pemain melakukan perjalanan karena akan bertanding melawan daerah yang di tuju dan penonton melakukan perjalanan karena ingin menonton atau memberi semangat kepada teman-teman mereka.
- Perjalanan wisata berdasarkan tujuan pendidikan
Bentuk perjalanan yang dirancang yang dikaitkan dengan masalah pendidikan untuk meningkatkan kemampuan peserta *tour* dalam bidang tertentu. Selain itu terdapat juga bentuk perjalanan yang populer disebut *widyawisata* atau *study tour* bagi para pelajar atau mahasiswa selama mereka menempuh pendidikan.
- Perjalanan wisata berdasarkan tujuan ziarah
Wisata ziarah ini tujuannya berkaitan dengan agama atau kepercayaan dari peserta *tour*. Bentuk perjalanan wisata tujuan ziarah merupakan perjalanan yang mempunyai motivasi tinggi. Spesifikasi *tour* ini adalah kepasrahan dari peserta *tour* selama mengikuti perjalanan. Bila perlu fasilitas tidak menjadi masalah karena tujuan pokok adalah mencapai sesuatu menurut keyakinan agama atau kepercayaannya.

5. Bentuk perjalanan wisata berdasarkan minat wisatawan

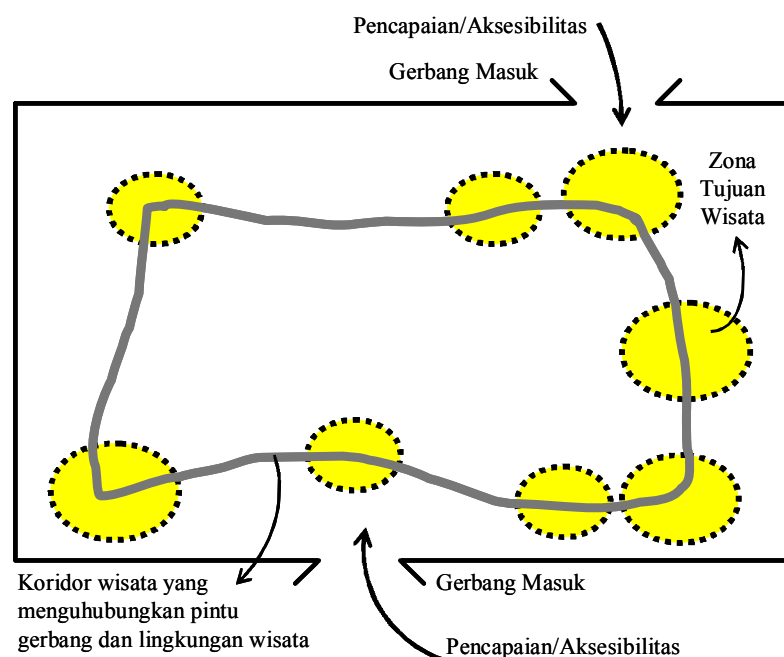
Wisatawan sebagai peserta perjalanan merupakan kelompok manusia yang mempunyai minat yang berbeda sesuai dengan kegemaran, profesi dan pengetahuan yang dimiliki. *Tour* dapat disiapkan sesuai dengan kelompok wisatawan yang mempunyai minat yang diinginkannya, jadi fasilitas bukan persyaratan pokok. Bentuk perjalanan wisata yang termasuk dalam bentuk ini, antara lain sebagai berikut:

- *Scientific, tour* ini mengunjungi objek yang bersifat ilmu pengetahuan.
- *Museum tour, tour* ini mengunjungi museum.
- *Industrial tour, tour* ini mengunjungi tempat-tempat industri.
- *Architetoural tour, tour* ini mengunjungi bangunan-bangunan yang mempunyai nilai arsitek tinggi.

2.6.4. Lingkup perjalanan pariwisata

Dalam lingkup perjalanan pariwisata, dikenal adanya tiga unsur, yaitu:

1. Unsur pengelompokkan daya tarik, yaitu unsur pemusatan objek/atraksi wisata.
2. Unsur pengelompokkan pusat pelayanan, yaitu unsur pemusatan jasa pelayanan.
3. Unsur perhubungan, yaitu adanya jalur jaringan jalan dan komunikasi yang menghubungkan setiap pemusatan objek dan fasilitas pelayanan tersebut dengan suatu rangkaian pintu gerbang.



Sumber : *Tourism Planning (Basic Concepts Cases)*

Gambar 2. 1 Konsep Ruang Perjalanan Wisata

Dengan dasar pemikiran bahwa potensi pariwisata dapat menjadi objek yang baik, bila objek itu mudah dalam pencapaian, serta dapat ditawarkan untuk dimanfaatkan, maka objek ini tergantung pada faktor penentu lokasi pintu gerbang, jalur/sarana transportasi, kelengkapan sarana penunjang pariwisata, yang semuanya dicerminkan oleh kemampuan wisatawan untuk tinggal.

Ada dua pendekatan untuk itu, yakni:

1. Pendekatan dari segi pencapaian digunakan untuk menggambarkan pola jangkauan wisata ke objek. Pendekatan ini bertumpu pada daerah tertentu sebagai asal wisatawan dan penggunaan alat transportasi dan jaringannya. Gambaran pendekatan ini mencerminkan kemampuan jangkauan wisatawan dan lamanya kunjungan/lama wisatawan.
2. Pendekatan dari segi pemanfaatan potensi objek bertolak dari pemanfaatan potensi objek yang ada, yaitu menganalisa potensi yang ada di objek tersebut. Kemudian pemanfaatan potensi ini disesuaikan dengan jenis permintaan wisatawan. Dari pendekatan ini terlihat variasi daya tarik objek wisata.

Dengan memadukan kedua pendekatan ini diperoleh alternatif rute perjalanan pariwisata terpilih yaitu dengan memperhatikan faktor-faktor:

1. Pintu gerbang

Pemanfaatan suatu objek wisata memerlukan dukungan sarana kemudahan pencapaian dan kenyamanan dalam perjalanan maupun selama tinggal di daerah objek wisata. Wisatawan mempunyai kecenderungan mengunjungi lokasi objek yang dekat dengan kota yang terletak dalam sistem jaringan transportasi dari daerah asal wisatawan. Pintu gerbang merupakan pintu masuk suatu kawasan wisata. Adanya pintu gerbang yang baik adalah gerbang yang dilalui jalur perhubungan regional dan objek yang dituju tidak jauh dari pintu gerbang tersebut sehingga umumnya pintu gerbang sekaligus berfungsi sebagai pusat pelayanan.

2. Lama tinggal

Pengaturan rute perjalanan wisata berkaitan dengan lama tinggal wisatawan. Pengamatan terhadap lamanya wisatawan tinggal di daerah tujuan wisata dilakukan dengan melihat kemampuan wisatawan tersebut.

3. Urutan prioritas tujuan wisata

Urutan prioritas tujuan wisata digunakan untuk menentukan alternatif rute yang sesuai dengan waktu tinggal wisatawan terbatas sesuai dengan dana yang tersedia maka dilakukan pemilihan objek mana saja yang perlu dikunjungi.

2.6.5. Komponen-komponen yang mempengaruhi rute perjalanan pariwisata

Pembentukan rute perjalanan wisata yang akan dilakukan dalam penelitian ini merupakan suatu bagian dari konsep spasial. Dalam penentuan rute perjalanan wisata diperhitungkan kombinasi antar jalur agar perjalanan wisata dapat dilakukan secara efisien dan dapat mengunjungi berbagai objek dan daya tarik wisata dalam waktu yang singkat.

Dalam bukunya Pariwisata Indonesia Berbagai Aspek dan Gagasan Pembangunan (Gunawan dalam Deviana, 2004), pengertian spasial meliputi dua hal yaitu secara mikro maupun makro. Dalam konteks mikro, yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut :

- Pengelompokan objek dan daya tarik wisata.
- Jaringan prasarana
- Fasilitas penunjang dan akomodasi

Sedangkan yang perlu diperhatikan dalam konteks makro yaitu :

- Keadaan geomorfologi
- Karakteristik objek
- Jaringan perhubungan

Selain faktor-faktor tersebut, dalam suatu rute juga dipengaruhi oleh aksesibilitas yang dimiliki oleh setiap objek dan daya tarik wisata. Aksesibilitas merupakan konsep yang menggabungkan sistem pengaturan tata guna lahan secara geografis dengan sistem jaringan transportasi yang menghubungkannya. Selain dilihat dari segi jarak, dua tempat walaupun berjauhan dapat ditingkatkan dengan cara menyediakan sistem transportasi yang dapat dilalui dengan berbagai jenis kendaraan.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi aksesibilitas adalah sebagai berikut:

- Waktu tempuh
- Banyaknya kendaraan umum
- Kondisi prasarana transportasi

Berdasarkan beberapa penjelasan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan rute perjalanan wisata, dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan rute perjalanan wisata adalah sebagai berikut:

- Aksesibilitas (jarak tempuh, waktu tempuh, jumlah kendaraan umum, kondisi prasarana)
- Objek dan daya tarik wisata
- Fasilitas pelayanan (akomodasi, fasilitas penunjang)

Teori tentang *Linkage System* (sistem keterkaitan) yang meliputi sistem perkaitan spasial, spasial perjalanan pariwisata, lingkup perjalanan wisata serta komponen-komponen yang mempengaruhi rute perjalanan wisata digunakan untuk mengetahui *linkage system* objek wisata yang terdapat di Kota Batu. Dan pada akhirnya akan dirumuskan bentuk alternatif rute perjalanan di wisata Kota Batu.

2.7. Studi Terdahulu

Hasil-hasil penelitian/studi terdahulu juga digunakan sebagai perbandingan dan acuan dalam mengerjakan penelitian yang berjudul Penentuan Rute Perjalanan Wisata Kota Batu. Namun penggunaan hasil-hasil penelitian terdahulu tidak sama persis seperti yang dilakukan dalam penelitian ini. Peneliti mengambil studi terdahulu yang dilakukan oleh Akhfian Mustika Agung dengan judul Studi Pengembangan Pariwisata Kota Batu, Dian Rustyawati dengan judul Pengembangan Paket Wisata di Kabupaten Tuban, dan Fani Deviana dengan judul Penentuan Perjalanan Wisata dalam Menunjang Pengembangan Bandung *City Tour*. Dan berikut akan dijelaskan mengenai studi-studi terdahulu beserta tujuan, variabel, dan analisis yang digunakan dalam penelitian serta manfaat yang diambil oleh peneliti.

Tabel 2. 2 Tinjauan Studi Terdahulu tentang Pariwisata

No.	Judul/Penulis	Tujuan	Variabel	Analisis	Manfaat
1.	Studi Pengembangan Pariwisata Kota Batu/ Akhfian Mustika Agung, Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Brawijaya Malang, 2006.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi dan menganalisis karakteristik wisata yang ada di Kota Batu. 2. Memberikan arahan pengembangan wisata yang sesuai dengan karakteristik, konsep/strategi wisata Kota Batu. 3. Menemukan dan merumuskan konsep/strategi pengembangan wisata yang sesuai dengan karakteristik wisata Kota Batu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik wisata • Sarana wisata • Prasarana wisata • Karakteristik wisatawan (motivasi kunjungan, asal wisatawan, lama kunjungan, frekuensi kunjungan, tingkat kepuasan wisatawan, biaya perjalanan, persepsi terhadap objek) • Kelembagaan • Pemasaran wisata • Objek wisata • Keterkaitan wilayah 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis <i>Supply</i> meliputi : <ul style="list-style-type: none"> - Keanekaragaman wisata - Aksesibilitas daerah wisata - Sarana dan prasarana wisata - Sosial budaya masyarakat - Kondisi lingkungan • Analisis Kebijakan • Analisis Pengelolaan <ul style="list-style-type: none"> - Analisis kelembagaan - Analisis partisipatif - Analisis pemasaran • Analisis <i>Demand</i> <ul style="list-style-type: none"> - Karakteristik sosiodemografi - Karakteristik geografi - Karakteristik perjalanan - Segmentasi pasar • Analisis Pembagian Wilayah (<i>Cluster</i>) • Analisis <i>Linkage System</i> • Analisis SWOT • Analisis IFAS EFAS 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut memberikan manfaat dalam mengidentifikasi karakteristik potensi wisata di Kota Batu. Variabel yang dipergunakan seperti daya tarik wisata, sarana dan prasarana wisata, dan objek wisata.

Lanjutan Tabel 2.2 Tinjauan Studi Terdahulu tentang Pariwisata

No.	Judul/Penulis	Tujuan	Variabel	Analisis	Manfaat
2.	Pengembangan Paket Wisata di Kabupaten Tuban/Dian Rustyawati, Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Brawijaya Malang, 2006.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui karakteristik potensi wisata Kabupaten Tuban. 2. Mengetahui karakteristik wisatawan yang ada di Kabupaten Tuban. 3. Menyusun arahan pengembangan paket wisata yang efektif ditinjau dari jenis produk wisata yang ditawarkan, atraksi yang sesuai dengan karakter objek wisata, sarana prasarana pendukung, biaya serta aksesibilitas pergerakan wisatawan di Kabupaten Tuban. 	<ul style="list-style-type: none"> • Potensi wisata Kabupaten Tuban • Komponen pendukung wisata • Pengunjung • Kunjungan • Pengembangan produk wisata dalam bentuk paket wisata • Penyusunan paket wisata • Pemasaran paket wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis <i>Linkage System</i> • Analisis Karakteristik Sektor Pariwisata • Analisis Paket Wisata • Analisis <i>Supply-Demand</i> • Analisis SWOT • Analisis Karakteristik Wisatawan • Analisis Pemasaran Wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Pada penelitian tersebut variabel yang dapat membantu dalam penelitian ini adalah potensi wisata untuk menyelesaikan rumusan masalah pertama dan karakteristik wisatawan (pengunjung dan kunjungan) untuk menyelesaikan rumusan masalah kedua.
3.	Penentuan Perjalanan Wisata dalam Menunjang Pengembangan Bandung <i>City Tour</i> / Fani Deviana, Teknik Planologi ITB, 2004.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi titik asal (<i>origin</i>) dan titik tujuan (<i>destination</i>) perjalanan wisata yang digunakan sebagai input dalam menentukan rute perjalanan wisata. 2. Menentukan rute perjalanan wisata Kota Bandung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi titik asal (<i>origin</i>) dan titik tujuan (<i>destination</i>) <ul style="list-style-type: none"> - Penentuan titik asal (<i>origin</i>) - Penentuan titik tujuan (<i>destination</i>) - Penentuan kelompok wisata • Penentuan rute perjalanan <ul style="list-style-type: none"> - Identifikasi <i>acces</i> dan <i>return route</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis <i>Demand</i> • Analisis <i>Cluster</i> • Analisis Daya Tarik Wisata • Analisis Fasilitas • Analisis Aksesibilitas • Analisis penentuan rute perjalanan <ul style="list-style-type: none"> - <i>Acces Route</i> - <i>Return Route</i> - <i>Recreational Route</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut memberikan gambaran tentang cara menentukan rute perjalanan wisata Kota Batu dengan melihat variabel titik asal dan tujuan serta variabel penentuan rute perjalanan wisata Kota Batu.

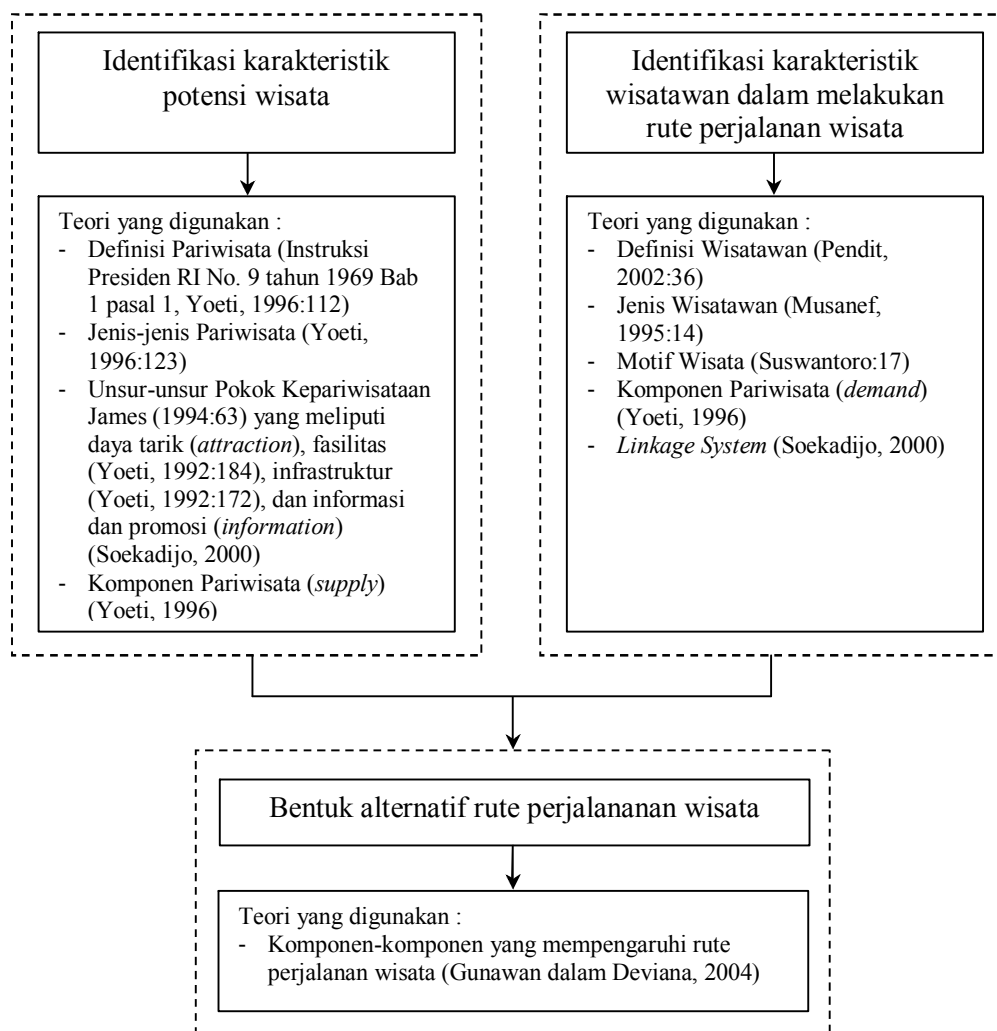
Lanjutan Tabel 2.2 Tinjauan Studi Terdahulu tentang Pariwisata

No.	Judul/Penulis	Tujuan	Variabel	Analisis	Manfaat
			- Penentuan <i>recreational route</i>		
			- Jumlah dan keragaman objek dan daya tarik wisata		
			- Fasilitas wisata		
			- Aksesibilitas		

Sumber : Akhfian Tahun 2006, Dian Tahun 2006, Fani Tahun 2004

2.8. Kerangka Teori

Kerangka teori dalam penelitian ini merupakan suatu kerangka yang menggambarkan tinjauan pustaka yang digunakan untuk membahas permasalahan pada penelitian ini. Adapun kerangka teori yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.2.



Gambar 2. 2 Kerangka Teori

BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Definisi Operasional.....	14
2.2. Definisi Pariwisata	15
2.2.1. Jenis-jenis pariwisata	16
2.3. Definisi Wisatawan	17
2.3.1. Jenis wisatawan	19
2.3.2. Motif wisata.....	20
2.4. Komponen Pariwisata.....	20
2.4.1. Komponen penawaran (<i>supply</i>)	21
2.4.2. Komponen permintaan (<i>demand</i>)	21
2.5. Unsur-Unsur Pokok Kepariwisata.....	23
2.5.1. Daya tarik (<i>attraction</i>)	24
2.5.2. Fasilitas	27
2.5.3. Infrastruktur.....	28
2.5.4. Informasi dan promosi (<i>information</i>).....	29
2.6. <i>Linkage System</i> (Sistem Keterkaitan).....	30
2.6.1. Sistem perkaitan spasial	32
2.6.2. Perjalanan pariwisata	33
2.6.3. Bentuk-bentuk perjalanan wisata.....	35
2.6.4. Lingkup perjalanan pariwisata.....	39
2.6.5. Komponen-komponen yang mempengaruhi rute perjalanan pariwisata.....	41
2.7. Studi Terdahulu.....	42
2.8. Kerangka Teori	46
Tabel 2. 1 Persyaratan Penelitian Daya Tarik Wisata.....	24
Tabel 2. 2 Tinjauan Studi Terdahulu tentang Pariwisata	43
Gambar 2. 1 Konsep Ruang Perjalanan Wisata.....	39
Gambar 2. 2 Kerangka Teori.....	46