

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Umum Pariwisata

2.1.1 Definisi

Pariwisata adalah salah satu dari industri gaya baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang tepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain dalam negara penerima wisatawan (Wahab, 2003: 5)

Pariwisata tidak lepas dari orang – orang yang melakukan perjalanan pada waktu tersebut dan masyarakat di sekitarnya. Identifikasi terhadap wisatawan akan berpengaruh terhadap produk wisata yang ditawarkan oleh suatu daerah. Karakteristik dari wisatawan dapat dikaji melalui variabel geografis dan perilaku (Suwantoro, 2001 : 96). Variabel geografis meliputi tempat asal, daerah tujuan, distribusi regional dari penduduk, komposisi penduduk. Sedangkan variabel perilaku dikaji melalui aspek moda transportasi, kegiatan – kegiatan selama perjalanan, lama perjalanan, waktu perjalanan, melakukan perjalanan dengan siapa.

Pendapat lain diungkapkan oleh Yoeti (2006 : 2) bahwa aspek wisatawan dikaji melalui variabel – variabel sebagai berikut :

- Pola kunjungan
- Moda angkutan
- Karakteristik demografis
- Frekuensi kunjungan
- Pengaturan perjalanan
- Akomodasi yang digunakan
- Maksud kunjungan
- Jenis pekerjaan
- Lama tinggal

2.1.2 Fasilitas dan Prasarana Wisata

Fasilitas adalah suatu kelengkapan yang dimiliki oleh obyek wisata guna melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan. Sarana dapat dibagi dalam ketiga unsur pokok yaitu (Suwantoro, 2001: 16) :

- a. Fasilitas pokok kepariwisataan:
 - Biro Perjalanan Wisata
 - Transportasi wisata baik darat, laut, maupun udara
 - Restoran
 - Obyek wisata:
 - a. Keindahan alam: iklim, pemandangan, flora, fauna, hutan, sumber mata air, dan lain-lain.
 - b. Ciptaan manusia: monumen-monemen, candi-candi, Gereja, Relief-relief, dan lain-lain.
 - c. Atraksi wisata
 - d. Ciptaan manusia seperti kesenian, festival, pesta, ritual, upacara perkawinan tradisional, dan lain-lain.
- b. Fasilitas pelengkap kepariwisataan:
 - Fasilitas rekreasi dan olah raga, seperti lapangan tenis, pemandian, tempat foto dan lain-lain.
 - Prasarana umum seperti jalan raya, jembatan, listrik, lapangan udara, telekomunikasi, air bersih, pelabuhan dan lain-lain.
- c. Fasilitas penunjang kepariwisataan:
 - Nightclub dan steambath
 - Casino dan entertainment
 - Souvenir shop, miling service, dan lain-lain.

Prasarana 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, jembatan, dan lain sebagainya.

2.2. Wisata Religi

Konteks wisata budaya dapat dipandang sebagai proses maupun sebagai proses maupun sebagai produk. Sebagai proses, pariwisata budaya merupakan aktifitas pertukaran informasi dan simbol – simbol budaya antara wisatawan sebagai tamu dengan masyarakat yang didatangi sebagai tuan rumah. Sebagai produk, pariwisata budaya mempunyai daya tarik wisata yang ditawarkan kepada wisatawan.

Wisata religi / ziarah sendiri merupakan salah satu jenis pariwisata budaya yang merupakan salah satu komponen dari *living culture*, dimana budaya manusia pada dasarnya memiliki ciri – ciri bawaan yang dapat dikelompokkan secara terstruktur,

meliputi komponen *living culture* (social, ekonomi, politik, bahasa, religi, etetika dan mata pencaharian), *wisdom and technology* (mata pencaharian, kedamaian, kesenangan, bahasa, pendidikan, pengetahuan dan teknologi), secara *culture heritage* (artifak, monumen, manuskrip, tradisi, dan seni). Pada dasarnya istilah ini berasal dari bahasa Arab yang berarti kegiatan yang berhubungan dengan mengunjungi sesuatu yang dihormati, seperti tertulis dalam Indonesian Heritage yang mengatakan bahwa *'The term Ziarah (from the Arabic "visit"), is used to refer to such activities.*

Wisata Ziarah atau yang sering disebut sebagai wisata pilgrim, adalah jenis pariwisata dimana tujuan perjalanan yang dilakukan adalah untuk melihat atau menyaksikan upacara - upacara keagamaan (Yoeti, 1996: 24), sedangkan Pendit (2002 : 14) menyatakan bahwa wisata pilgrim adalah sebagai jenis wisata yang sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat, wisata pilgrim banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan. Senada dengan hal tersebut Medlik dalam Wibowo (2001 : 43) mengatakan bahwa *Pilgrimage, Movement of believers to distant holy places*, dan Metelka dalam Wibowo (2001 : 43) mengatakan bahwa *pilgrimage* adalah *'travel to and for the purpose of visiting a location regarded as sacred by the traveler.*

Wisata ziarah ini sejak dulu seseorang melakukan perjalanan salah satunya adalah melakukan ziarah yang bersifat religius dan spiritual. Dalam perkembangannya perjalanan ke tempat – tempat yang mempunyai nilai spiritual atau religius tersebut telah menjadi salah satu bentuk perjalanan wisata, orang sering menyebutnya sebagai wisata ziarah. Hal yang sering terjadi di kalangan masyarakat, perjalanan wisata religious (ziarah) timbul dari keinginan atau dorongan yang kuat dari dalam dirinya. Keinginan atau dorongan untuk merealisasikan mimpi – mimpinya yang sudah lama dicita – citakan dilakukan dengan mengorbankan diri dengan cara berhemat untuk bisa melakukan perjalanan wisata ziarah tersebut. Karena dengan dan setelah melakukan perjalanan wisata ziarah tersebut diharapkan memperoleh suatu ketenangan serta kedamaian dalam dirinya. Pertimbangan daya tarik lain wisatawan adalah adanya kesukaan, religius, atau nostalgia oleh beberapa asosiasi wisatawan pada tempat tertentu dapat menjadi alasan untuk bepergian ke tujuan tersebut dan akan dikenal sebagai salah satu jenis dari daya tarik dihubungkan dengan pasar wisata khusus.

Pemahaman mengenai wisata ziarah sangatlah kompleks, karena pada kenyataannya bahwa wisata ziarah dapat dikatakan sebagai bentuk wisata yang tertua.

Turner dan Turner dalam Wibowo (2001 : 43) mengatakan bahwa *The Tourist is a semi-pilgrimage, if the pilgrimage is a semi-tourist*. Sedangkan Soekadijo dalam Wibowo (2001 : 43) menyatakan bahwa motif spiritual dan wisata spiritual merupakan salah satu tipe wisata yang tertua, sebelum orang mengadakan perjalanan untuk rekreasi, bisnis, olah raga dan sebagainya orang sudah mengadakan perjalanan untuk melakukan ziarah.

2.3. Dampak Ekonomi Pariwisata

Pariwisata memiliki pengaruh terhadap perekonomian di daerah tujuan wisata. Pembangunan pariwisata pada suatu daerah mampu memberikan dampak – dampak yang dinilai positif, yaitu dampak yang diharapkan. Pariwisata diharapkan mampu menghasilkan angka pengganda (*multiplier effect*) yang tinggi, melebihi angka pengganda pada berbagai kegiatan ekonomi lainnya.

Dampak utama kegiatan pariwisata dari segi ekonomi terhadap level nasional (makro) ditinjau dari dua segi (Wahab, 2003: 82), antara lain :

a. Akibat langsung yang ditimbulkan oleh pariwisata terhadap bidang ekonomi meliputi :

- Akibatnya terhadap neraca pembayaran

Kegiatan pariwisata adalah suatu lalu lintas dua arah. Setiap negara harus menjadi negara sumber wisatawan dan sekaligus juga menjadi negara penerima wisatawan, meskipun dengan taraf yang beraneka tingkat. Neraca pariwisata akan mendatangkan dampak yang sangat dalam terhadap neraca pembayaran. Akibatnya akan menjadi baik dan buruk, bergantung pada keadaan neraca pembayaran itu sendiri. Dalam hal keadaan neraca pembayaran tersebut berkesinambungan secara positif terus (tanpa dimasukkan neraca pariwisata), maka diharapkan secara teoritis supaya neraca pariwisata itu keadaannya negatif dan begitu sebaliknya diharapkan.

- Akibatnya untuk kesempatan kerja

Banyak kegiatan yang biasanya ditimbulkan oleh pariwisata pada suatu negara, akan mendatangkan lebih banyak kesempatan kerja dari suatu sektor ekonomi lainnya. Alasannya karena industry pariwisata umumnya berorientasi pada penjualan jasa. Dampak kesempatan kerja pariwisata meliputi :

- i. Jumlah alokasi orang – orang yang bekerja pada berbagai jenis badan usaha pariwisata (kesempatan kerja langsung).

- ii. Jumlah kesempatan kerja yang ditimbulkan oleh pembelian – pembelian yang dilakukan oleh sektor ekonomi lain yaitu para badan usaha tersebut (kesempatan kerja tidak langsung).

Masalah peran serta pariwisata terhadap kesempatan kerja diperkuat oleh hasil ganda (*multiplier effect*) dari pengeluaran wisatawan yang menciptakan lagi pekerjaan – pekerjaan baru tersebut.

- Akibatnya dalam mendistribusikan pendapatan

Pariwisata mendatangkan dampak langsung yang lain kepada daerah – daerah terpencil yang sedang berkembang dan belum dikembangkan asalkan daerah – daerah tersebut memiliki daya tarik wisata. Pariwisata diharapkan bisa memebenahi urbanisasi yang tidak teratur dan menyelaraskan ketimpangan pembangunan daerah. Dengan begitu pariwisata memacu peningkatan pendapatan pada pusat – pusat kegiatan pariwisata tersebar di seluruh negara dan berbeda dengan kegiatan industry yang biasanya cenderung menumbuhkan kekayaan pada daerah tertentu saja. Pariwisata mampu mendorong ekspansi dari aktivitas ekonomi lokal maupun regional dengan cara mengarahkan daya beli kelompok industriawan dan pedagang – pedagang menuju daerah – daerah yang secara ekonomis masih lemah.

- b. Akibat tidak langsung yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata mencakup :

- Hasil ganda (*multiplier*)

Pengeluaran wisatawan di suatu daerah wisata mengakibatkan pengaruh ganda (*multiplier effect*) dimana pengaruh tersebut berakibat terhadap pendapatan sejumlah uang tertentu yang diterima dan beredar dalam perekonomian yang orang yakini bahwa dalam peredaran itu nilainya lebih semakin lebih besar daripada nilai jumlah uang semula. Hal ini semakin memperjelas pengaruh ganda pariwisata yang terwujud pada pendapatan dan peralihan untuk mata uang yang diterima dari tangan ke tangan, yang disebut deng lingkaran pendapatan konsumsi (*the income consumption circle*).

- Hasilnya dalam memasarkan produk – produk tertentu yang dinamis yang mendorong konsumsi produk – produk pertanian, minuman, tembakau dan lain – lain. Pembelian produk di tempat kunjungan ini merupakan suatu dagangan ekspor nyata tanpa pengapalan yang diperlukan oleh eksportir, dan karena itu produk wisata tidak menanggung risiko yang biasa terjadi dalam perdagangan

internasional. Tidak dapat dipungkiri fakta bahwa pariwisata adalah daya konsumtif

- Hasilnya untuk sektor pemerintah (pajak)

Pariwisata seperti halnya kegiatan ekonomi lain, mendatangkan pendapatan bagi pemerintah dalam bentuk pajak langsung dan tidak langsung. Dari segi pariwisata, kegiatan ini mendirikan suatu kompleks badan usaha dan bangunan – bangunan yang menghasilkan berbagai pajak (misalnya pajak pendapatan, pajak impor atas berbagai barang yang dipergunakan oleh wisatawan, pajak tanah, pajak pertambahan nilai, Pajak pemerintah Daerah, bermacam pajak izin – izin dan merek dagang dan lain – lain). Semua ini mendatangkan pendapatan yang tidak sedikit, baik untuk Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah.

Dalam literatur lain yang dikemukakan oleh Pitana (2005: 109), dampak pariwisata terhadap kondisi social ekonomi masyarakat lokal dapat dikategorikan menjadi delapan kelompok besar, yaitu :

- a. Dampak terhadap penerimaan devisa
- b. Dampak terhadap pendapatan masyarakat
- c. Dampak terhadap kesempatan kerja
- d. Dampak terhadap harga – harga
- e. Dampak terhadap distribusi manfaat / keuntungan
- f. Dampak terhadap kepemilikan dan control
- g. Dampak terhadap pembangunan pada umumnya
- h. Dampak terhadap pendapatan pemerintah

Lebih jauh ke belakang, masyarakat dapat terlibat dalam kegiatan konstruksi, selain sebagai pekerja bangunan juga sebagai pemasok bahan bangunan atau komponen-komponen bangunan, seperti bentuk-bentuk tradisional yang dipakai untuk menghias.

Pendapat lain dikemukakan oleh Hadinoto (1996 : 11), jenis usaha yang bersangkutan dengan perjalanan wisata cukup besar dan dibagi menjadi dua golongan yaitu:

Golongan A (usaha yang tidak ada apabila tidak ada perjalanan pariwisata)	
1. Akomodasi	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel dan motorhotel • Motel • Produk memancing, olahraga laut/danau • Bumi perkemahan
2. Transportasi	<ul style="list-style-type: none"> • Jasa perjalanan udara dan barang • Bis antar kota • Bus pariwisata • Jasa penumpang kereta api • Feri • Kapal penumpang dan kapal pesiar
3. Jasa perjalanan	<ul style="list-style-type: none"> • Biro perjalanan • Operator wisata • Pusat bantuan pada perjalanan • Biro pariwisata lokal • Rencana promosi pariwisata

Golongan B (usaha yang ada dan bersangkutan dengan pariwisata)	
1. Transportasi	<ul style="list-style-type: none"> • Persewaan kendaraan • Taksi • Limousine
2. Jasa makanan	<ul style="list-style-type: none"> • Restoran berizin • Warung • Fastfood, snack bar • Bar, klap malam
3. Jasa perjalanan	<ul style="list-style-type: none"> • Lapangan golf • Taman hiburan • Marina • Fasilitas lain
4. Kebudayaan / hiburan	<ul style="list-style-type: none"> • Museum dan galeri • Kebun binatang • Kebun raya, taman bunga • Usaha penguang • Teater • Balap kuda / motor • Club senam olahraga
5. Pengecer	<ul style="list-style-type: none"> • Toko cinderamata • Toko foto dan film • Pompa bensin • Toko alat olahraga • Minuman alcohol • Toko koper / tas besar • Toko pakaian / garmen

Hal lain diungkapkan oleh Oka A. Yoeti (1999 : 9) bahwa dampak lain dari pariwisata adalah perubahan social ekonomi masyarakat, kesempatan kerja dan investasi, mengubah peruntukan lahan dan struktur ekonomi serta sumbangan positif bagi neraca pembayaran.

Selama melakukan perjalanan wisata, pengeluaran – pengeluaran wisatawan meliputi penginapan, makanan dan minuman, transportasi, *travel agent* dan pramuwisata. Kondisi ekonomi yang terkait langsung dengan pariwisata yaitu (Laila, 2003: 13)

- Jasa dan perdagangan
- Hiburan dan rekreasi
- Angkutan
- Industri suvenir
- Keuangan
- Jasa
- Usaha menengah ke bawah (PKL)

Produk pariwisata merupakan mata rantai dari serangkaian komponen yang satu dengan lainnya yang saling terkait. Rangkaian mata rantai produk pariwisata itu pada garis besarnya meliputi (Sammeng, 2001: 29) :

- a. Daya tarik wisata
- b. Kemudahan (*facilitation*)
- c. Aksesibilitas (kelancaran perpindahan wisatawan)
- d. Akomodasi (*accommodation*)
- e. Jasa boga (*food and beverages*)
- f. Perusahaan perjalanan
- g. Hiburan sehat dan cinderamata

2.4. Peluang Usaha Terkait Pariwisata

Usaha pariwisata merupakan kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha barang pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang itu. Untuk mengidentifikasi usaha-usaha apa yang dapat dikembangkan dengan penjabaran pengertian pariwisata, wisatawan, kebutuhan wisatawan, dan komponen-komponen sediaan yang membentuk suatu kekuatan yang kumulatif dan saling tergantung. Komponen-komponen sediaan yang dimaksud mencakup (Syamsu, 2002: 86) :

- a. Daya tarik (*attraction*) dalam berbagai bentuk; masyarakat dengan kehidupan sehari-hari, maupun dengan berbagai upacara tradisionalnya seringkali merupakan bagian dari daya tarik, melengkapi alamiah suatu tempat. Namun hal tersebut tidak

memberikan sesuatu kepada masyarakat, bahkan seringkali masyarakat menjadi tontonan gratis.

- b. Masyarakat seringkali memiliki aset-aset seperti: rumah tua/tradisional seperti : *rumah panjang* di Kalimantan, *rumah limas* di Palembang, *rumah gadang* di Sumatera Barat, dan seterusnya. Masyarakat seringkali juga tidak tahu bahwa miliknya dapat menarik perhatian dan tidak tahu apa yang harus dilakukan untuk dapat memanfaatkannya sebagai peluang ekonomi.



Gambar 2.1. Proses Belanja

- c. Masalahnya juga di lain pihak umumnya situasi petani tidak mampu untuk menjadi tuan rumah langsung, misalnya untuk menerima mereka tinggal di rumahnya. Dalam hal ini perlu adanya suatu usaha bersama antara mereka dengan suatu skenario yang jelas.
- d. Penyediaan sarana dan prasarana pendukung untuk memenuhi kebutuhan kunjungan wisatawan (*amenities*), terdiri atas :

- *Akomodasi*, dimana masyarakat dapat menyediakan sebagian dari rumahnya untuk wisatawan (*homestay*) dan menjadi tuan rumah, atau mengusahakan akomodasi komersial berskala kecil (hotel melati), tidak usah mewah tetapi meneuhi standar kebersihan dan keamanan. Sediaan ini merupakan alternatif lain disamping hotel-hotel yang lebih berkelas.
- *Rumah-rumah adat* yang disebutkan terdahulu, merupakan jenis akomodasi yang sangat menarik bagi wisatawan mancanegara dan sudah mulai diusahakan secara sporadik.
- *Jasa Boga*, dimana masyarakat dapat menyediakan pelayanan makan dan minum. Penelitian tentang perilaku wisatawan nusantara membuktikan kebutuhan mereka terhadap pelayanan ini sangat tinggi. Untuk wisatawan mancanegara tidak tertutup kemungkinan asal syarat-syarat dasar *higiene* dapat dipenuhi. Persoalannya terletak pada '*kebersihan*' dan '*cara pelayanan*', dimana masyarakat umumnya belum memahami apa yang tidak boleh dilakukan karena dalam kacamata sendiri hal tersebut masih dapat diterima; misalnya memegang makanan. dengan tangan langsung. Jasa boga

ini dapat / seyogyanya menampilkan makanan dan minuman khas Indonesia atau lebih jauh makanan dan minuman khas daerah.

- *Pemandu wisata*, masyarakat lokal sebagai orang yang paling mengetahui seluk-beluk daerahnya merupakan pilihan terbaik untuk pemandu, misalnya pemandu masuk ke kawasan hutan wisata, untuk *treking*, menyelam dan sebagainya.
- e. Penyediaan pelayanan transportasi (*accessibilities*) baik lokal atau regional.
- Angkutan tradisional *andong*, sebagai angkutan maupun sebagai daya tarik, angkutan umum lain maupun *ojeg*, *perahu rakyat*, semuanya dapat dilakukan oleh masyarakat.
 - Angkutan antar kota dan antar pulau dengan mini bus, kendaraan pribadi yang merangkap mobil sewa, perahu motor atau perahu tradisional. Pemanfaatan kendaraan-kendaraan milik rakyat bahkan menjadi bagian penting dalam rangkaian pengalaman wisatawan.
- f. *Cinderamata*, masyarakat dengan keterampilan yang diwarisi maupun dan kreativitasnya seringkali merupakan produsen cindramata yang digemari wisatawan, cindramata ini dapat berupa :
- Kerajinan tangan tradisional: tenun, songket, ukiran dan sebagainya.
 - Kerajinan kontemporer: kertas daur ulang, lukisan kaca, bunga kering
 - Produk-produk makanan: kerupuk, manisan, kue-kue khas dan sebagainya
 - Produk pertanian: tanaman hias, bunga potong, sayur, buah yang kemas untuk oleh-oleh, dan lain-lain.
- g. Usaha jasa lainnya seperti juru foto di lokasi objek wisata, “*salon dan pijat*” seperti yang dijumpai di Kuta, studio foto untuk baju daerah, lukis diri, wartel, dan lain-lain. Selain pelayanan yang langsung kepada wisatawan nusantara maupun kepada wisatawan mancanegara, bagian yang tak kurang pentingnya adalah pengikut-sertaan masyarakat atau pengembangan ekonomi kerakyatan yang tidak langsung melayani wisatawan, tetapi untuk memenuhi permintaan dari industri pariwisata lain (pemenuhan kebutuhan tahap ke-dua), yaitu menjadi pemasok kebutuhan hotel (suplier) terhadap :
- Produk-produk pertanian untuk konsumsi; beras, sayur, buah-buahan, telur, susu, dan lain-lain.

- Barang-barang fungsional maupun aksesori; keranjang sampah, tempat kertas 'tissue', kertas seni daur ulang, lilin dan sebagainya.
- Pelayanan khusus seperti misalnya pertamanan, termasuk pembibitan, pemeliharaan atau usaha bunga potong.
- Cinderamata untuk promosi: *ballpoint* dengan tangkai *wayang*, kayu cendana atau sekedar kayu dengan sentuhan-sentuhan seni, asbak keramik dan 1001 macam lainnya.

Perabotan khusus, misalnya kursi, sofa, meja yang dapat dipakai oleh industry pariwisata.

2.5. Teknik Analisis Faktor

Metode analisis faktor bertujuan untuk menyederhanakan beberapa variabel yang diteliti menjadi sejumlah faktor yang lebih sedikit dari jumlah variabel yang diteliti. Analisis faktor mencakup berbagai bentuk teknik statistik yang tujuan umumnya adalah untuk menemukan satu atau beberapa variabel hipotetik yang melandasi (dapat mewakili) seperangkat variabel nyata. Cara tersebut akan mempermudah peneliti dalam mempelajari struktur dimensi suatu konsep yang abstrak.

Analisis faktor tidak menentukan nama dan konsep untuk faktor-faktor yang dihasilkan. Nama dan konsep setiap faktor ditentukan oleh peneliti berdasarkan makna umum variabel-variabel yang tercakup di dalamnya (Wahana Komputer, 2004).

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dengan digunakannya analisis faktor adalah:

1. Mereduksi beberapa variabel baru yang jumlahnya lebih sedikit
2. Mempermudah interpretasi hasil analisis, sehingga didapatkan informasi yang realistik dan sangat berguna
3. Pemetaan obyek berdasarkan karakteristik yang terkandung dalam faktor
4. Pemeriksaan validitas dan permeabilitas

Tujuan penggunaan analisis faktor secara umum :

- a. Pola inter-relationship

Jika seorang peneliti mempunyai cukup banyak variabel yang secara konseptual atau rasional tersusun atas beberapa kelompok yang berbeda tetapi sangat dekat dan mempunyai aspek-aspek yang overlapping atau saling berhubungan erat.

b. Struktur suatu domain dan pengukuran variabel

Analisis faktor sangat berguna dalam upaya pengembangan konsep dan instrumen pengukuran, dengan membantu menentukan unsur-unsur mana yang merupakan inti dari apa yang ada di dalamnya. Dalam hal ini, hasil analisis juga dapat untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen pengukuran.

Tujuan dari analisis faktor berdasarkan jenis analisis faktor dibedakan menjadi dua, yaitu (Wahana Komputer, 2004):

a. Analisis Faktor Eksploratori

Tujuan dari analisis faktor eksploratori adalah untuk menemukan pola baru. Biasanya analisis faktor eksploratori digunakan oleh peneliti yang belum memiliki landasan teori yang kuat (hipotesis) tentang pola variabel mana yang masuk faktor yang mana.

b. Analisis Faktor Konfirmasi

Tujuan dari analisis faktor konfirmasi adalah mengkonfirmasi hipotesis. Biasanya analisis faktor konfirmasi digunakan oleh peneliti yang sudah memiliki hipotesis yang didukung oleh teori tentang pola tertentu.

Adapun tahapan dalam analisis faktor adalah sebagai berikut:

1. Matrik korelasi

Berdasarkan koefisien korelasi dapat diidentifikasi variabel-variabel tertentu yang hampir tidak mempunyai korelasi dengan variabel lain, sehingga dapat dikeluarkan dari analisis lebih lanjut. Dapat pula diidentifikasi dua variabel atau lebih yang menimbulkan masalah multikolinearitas, yakni dua variabel dengan koefisien korelasi lebih tinggi dari pada 0,800. Jika terjadi demikian, maka kedua variabel tersebut dijadikan satu atau dipilih salah satu untuk analisis lebih lanjut.

2. Ekstraksi faktor

Setelah variabel disusun berdasarkan pola korelasi hasil langkah pertama, maka dibuat program komputer untuk menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data. Untuk ini dapat dilakukan dengan bermacam-macam metode ekstraksi, antara lain:

- a. Principal components (PC atau PA1)
- b. Principal axis faktoring (PAF atau PA2)
- c. Maximum likelihood (ML)
- d. Alpha faktoring (ALPHA)

e. Image faktoring (Image)

Metode-metode tersebut merupakan cara untuk menghasilkan faktor-faktor yang dapat mewakili seperangkat variabel yang dianalisis. Untuk menentukan berapa faktor yang dapat diterima (layak), secara empirik dapat dilakukan berdasarkan kriteria:

- Besarnya eigenvalue tiap faktor yang muncul dalam print-out komputer. Semakin besar eigenvalue suatu faktor semakin representatif faktor tersebut untuk mewakili sekelompok variabel. Biasanya dipakai batas minimum eigenvalue = 1,000.
- Prosentase varian total yang dapat dijelaskan (*accounted for*) oleh sejumlah faktor.

3. Rotasi

Hasil dari ekstraksi faktor yang seringkali masih sulit untuk menentukan pola atau pengelompokan variabel-variabel secara bermakna karena itu diperlukan langkah mentransformasi matrik faktor hasil ekstraksi pertama menjadi matrik faktor baru yang lebih mudah untuk diinterpretasikan. Ada cara rotasi yang dapat digunakan adalah rotasi varimax.

4. Penafsiran faktor

Berdasarkan intial faktor matriks, besarnya eigenvalue dan prosentase varian, dapat ditentukan jumlah faktor yang memadai untuk mewakili sekelompok variabel terukur. Dengan menggunakan final (*rotated*) faktor matrik, dapat dilakukan penafsiran lebih lanjut tentang apa nama dan pengertian dari tiap faktor yang memadai tersebut. Variabel-variabel terukur dikelompokkan ke dalam faktor-faktor tertentu dengan mempertimbangkan koefisien faktor loading tiap variabel pada tiap faktor. Dengan kriteria faktor loading minimum, dapat ditentukan suatu variabel masuk faktor yang mana, dengan catatan satu variabel bisa masuk pada dua/lebih faktor. Berdasarkan hasil identifikasi faktor ini dapat dilakukan penggabungan variabel terukur menjadi variabel majemuk atau memilih salah satu untuk mewakili sekelompok variabel terukur. Hal ini diperlukan jika dalam suatu penelitian melibatkan banyak variabel, sehingga tanpa penyederhanaan jumlah variabel akan sulit sekali baik dalam teknik analisis maupun dalam penafsiran.

2.6. Studi Kasus (Revitalisasi Kawasan Wisata Religi Ampel)

Surabaya memiliki ikon wisata yang mempesona, yakni kawasan religi Ampel. Selama ini kawasan wisata itu belum dikelola dengan maksimal. Wisata religi Ampel merupakan kawasan lama dengan bangunan berarsitektur khas. Potensi ekonomi kawasan bernuansa Timur Tengah itu cukup besar. Ampel berhasil menarik puluhan ribu wisatawan setiap tahun. Selain nuansa religi yang bisa ditemui di banyak sudut kawasan ini, keberadaan pasar juga meramaikan kawasan yang kental dengan suasana Timur Tengah di lingkungan Ampel. Pasar tersebut setidaknya berada di dua lorong yang menghubungkan jalur Ampel dengan titik sentral Masjid dan Makam Sunan Ampel, yaitu di Jl. Ampel Suci dan Ampel Masjid. Umumnya para pedagang menjual berbagai cinderamata, busana muslim, peralatan sholat seperti songkok dengan berbagai merek, mukena, tasbih, Al Quran, buku-buku agama hingga VCD dan DVD religi. Sebagian produk busana dan peralatan sholat adalah buatan lokal, seperti dari Gresik, Pasuruan, Bangil, Banyuwangi, Tuban, Probolinggo, Solo, Pekalongan dan Banjarmasin. Sebagian lainnya didatangkan dari Pakistan, India dan Polandia. Pedagang pasar ini melayani grosiran dan ritel. Di samping itu, terdapat banyak pedagang lainnya yang menjajakan makanan dan minuman, kurma, parfum dan bahkan ada yang menjual mainan anak-anak.

Para pedagang itu adalah sebagian penduduk asli kampung Ampel, sebagian lainnya pendatang yang ikut berdagang di kawasan Ampel ini. Keberadaan pasar ini hanyalah merupakan salah satu bagian dari keseluruhan kawasan wisata religi Ampel. Berkunjung ke kawasan ini terasa semakin nyaman karena sejak 2003 telah dikembangkan sebagai kawasan wisata religi oleh Pemerintah Kota Surabaya. Lorong di Ampel Suci ini lebih sejuk karena telah dilengkapi *dome* yang semakin menambah kenyamanan pedagang dan pengunjung.



Sumber : www.jawapos.co.id

Gambar 2.2. Pasar Wisata di Sekitar Kawasan Ampel

Kawasan tersebut juga menjadi sentra *kulakan* perdagangan islami. Sebagian produk-produk yang ada di sana adalah buatan lokal sendiri, seperti dari Gresik,

Pasuruan, Bangil, Banyuwangi, Tuban, Probolinggo, Solo, Pekalongan, Banjarmasin, dan sebagainya. Sebagian barang ada juga yang didatangkan langsung dari Pakistan, India, dan Polandia. Pada zaman penjajahan Belanda kawasan itu dinamakan *District Arabsche Kamp* atau kampung Arab. Karena begitu banyak penduduk keturunan Arab yang menetap di kawasan Ampel ini dan sebagian lainnya pendatang yang ikut menangguk peluang di kawasan Ampel.

Daya pikat makam Sunan Ampel juga tak lekang oleh waktu. Ribuan peziarah membanjiri kawasan itu, terutama setiap akhir pekan. Namun pesona kawasan tersebut tertutupi oleh penataan wajah kawasan yang kumuh. Misalnya, pedagang kaki lima (PKL) yang membanjiri sepanjang Jalan Pegirian. Pemkot Surabaya telah menertibkan para PKL, namun penataan PKL membutuhkan konsistensi dari pihak kecamatan. Kondisi tersebut diperparah oleh arus lalu lintas yang macet karena parkir bus meluber di sepanjang jalan itu. Tempat parkir bus di Jalan Pegirian tidak mampu lagi menampung kendaraan yang masuk. Tidak hanya di Pegirian, pedagang yang berjualan di Jalan KH Mas Mansyur juga ruwet dan menjadi penyebab kemacetan. Keruwetan dan kemacetan lalu lintas semakin parah karena banyak mobil yang parkir sembarangan di area Jalan Nyamplungan. Bahkan, parkir mobil itu menggunakan badan jalan. Sumber kemacetan semakin parah karena pengendara sering menurunkan barang di tengah jalan mengingat Jalan Nyamplungan merupakan pusat perkantoran dan perdagangan sehingga menjadi area *loading dock* dadakan.

Penataan kawasan Ampel telah dilakukan pada tahun 2006. Pemkot membangun area parkir bus di Jalan Pegirian serta jembatan yang mempermudah jarak tempuh dari Jalan Pegirian ke Nyamplungan. Jalan Nyamplungan juga sudah diperlebar. Pemkot pun membangun jalur pedestrian. Namun, jalan dan jalur pedestrian sekarang ini sudah berubah fungsi. Menyikapi berbagai persoalan itu, pemkot memiliki skenario besar untuk menata tempat yang kabarnya menjadi lokasi berkumpulnya para ulama dan wali Allah dari berbagai daerah di tanah Jawa tersebut.



Sumber : www.skyscrapercity.com

Gambar 2.3. Rencana Revitalisasi Kawasan Wisata Religi Ampel dan Jembatan Merah

Fungsi Jalan Nyamplungan maupun Pegirian dikembalikan dengan cara menyediakan lahan khusus bagi seluruh PKL di kawasan makam putra Sunan Maulana Malik Ibrahim. Termasuk, parkir mobil dan barang. Skenarionya, pemkot akan menutup sungai selebar sekitar enam meter yang berada di antara Jalan Pegirian dan Nyamplungan itu dengan *box culvert* (gorong-gorong beton). Dengan cara tersebut, ruas jalan otomatis bertambah tanpa mengganggu fungsi sungai. Di atas sungai sepanjang satu kilometer itu akan difungsikan sebagai sentra PKL. Seluruh PKL di Jalan Pegirian, Nyamplungan, KH Mas Mansyur, maupun pedagang di sekitar Ampel Mulia akan dijadikan satu. Pembangunan *box culvert* akan dilakukan dinas PU bina marga dan pematusan. Tata ruang PKL akan ditangani oleh dinas cipta karya dan tata ruang, sedangkan pembinaan PKL akan ditangani oleh Dinas Koperasi.

Pemkot akan mendata jumlah PKL di lima kelurahan yaitu, Ampel, Ujung, Pegirian, Wonokusumo, dan Sidotopo. Selain PKL, pemkot akan membina UKM dan memberikan modal. Mereka juga akan menempati lahan baru tersebut. Sentra PKL Ampel akan dibangun dengan menonjolkan ciri khas Timur Tengah.



Sumber : www.skyscrapercity.com

Gambar 2.4. Rencana Revitalisasi Kawasan Wisata Religi Ampel Area 1 (Kawasan Nyamplungan, Pegirian, Ampel Mulia)

Saat ini di sepanjang Jalan Nyamplungan berdiri banyak rumah kuno yang masih bagus. Namun, terlihat kumuh akibat adanya aktivitas bongkar muat. Untuk menyelesaikan masalah tersebut, pemkot akan mengalihkan aktivitas bongkar muat di area *box culvert* tadi. Selain sebagai sentra PKL, area itu digunakan untuk *dropped zone* atau area untuk menurunkan barang.



Sumber : www.skyscrapercity.com

Gambar 2.5. Rencana Revitalisasi Kawasan Wisata Religi Ampel Area 2 (Kawasan Kyai Haji Mas Mansyur)

Untuk itu, pemkot akan menyusun manajemen waktu. Kendaraan hanya diperbolehkan ngedrop barang pada jam tertentu. Di kawasan itu juga akan dibikin rekayasa lalu lintas. Dishub bertugas mengatur arus lalu lintas sehingga kawasan tersebut bebas dari kemacetan. Pemkot mengatur becak-becak yang juga menjadi sumber kemacetan. Pemkot akan membuat manajemen wisata. Kendaraan roda tiga

tersebut akan didesain dengan cantik. Mereka tidak boleh sembarangan beroperasi. Tapi, hanya pada jam tertentu. Jarak operasi juga ditentukan. Skemanya, mereka hanya boleh mengangkut penumpang dari parkir bus di Jalan Pegirian sampai depan kawasan Ampel Mulia. Untuk itu, akan dibikin halte becak di depan terminal bus di Jalan Pegirian. Begitu bus berhenti, penumpangnya bisa langsung naik becak dan menuju area wisata.



Sumber : www.skyscrapercity.com

Gambar 2.6. Rencana Revitalisasi Kawasan Wisata Religi Ampel Area 3 (PKL Jalan Panggung, Jalan Sasak)

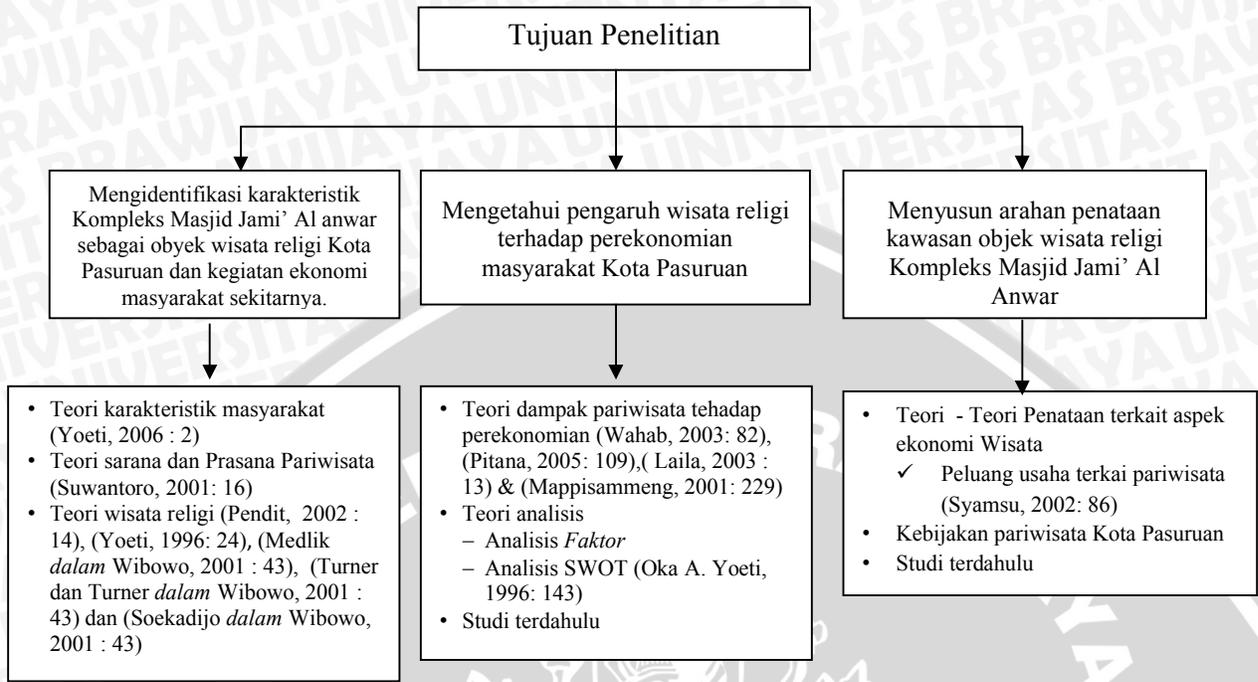
Pemkot membangun jalur pedestrian di sisi kanan-kiri Jalan Nyamplungan. Tujuannya, para pejalan kaki bisa nyaman menikmati kawasan tersebut. Sebab, ketika malam, kawasan itu akan dihiasi dengan kerlap-kerlip lampu berwarna-warni.

2.7. Studi Terdahulu

Tabel 2.1. Studi Terdahulu

No.	Judul	Peneliti	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil	Manfaat	Perbedaan
1.	Pengaruh aktivitas wisata ziarah Terhadap perubahan Unsur religi (kajian pendahuluan terhadap pemberdayaan Situs Kotagede sebagai Unsur pariwisata)	Djoni Wibowo, Jurnal Senibu, 2001	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui pengaruh wisata ziarah terhadap masyarakat lokal 	System religi	<ul style="list-style-type: none"> • Metode deskriptif eksploratif • Survey 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya perubahan pola berziarah yang menyesuaikan diri dengan tuntutan peziarah ditinjau dari berbagai aspek 	<p>Penelitian tersebut memberikan manfaat dalam mengkaji unsur – religi yang terdapat pada wisata Kompleks Masjid Jami’ Al Anwar.</p>	<p>Penelitian yang dilakukan hanya menggunakan analisis deskriptif saja dan outputnya berupa dampak dari keberadaan situs Kotagede. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis menggunakan beberapa analisis.</p>
2.	Potensi Pengembangan Kepariwisataaan Cirebon sebagai Heritage Tourism Destination	Myrza Rahmanita. Jurnal Ilmu Pariwisata Vol. 8, 2003	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui strategi pengembangan potensi kepariwisataan Cirebon sebagai <i>heritage tourism destination</i> dengan tema sentral kota wali 	<ul style="list-style-type: none"> • Potensi kepariwisataan • Faktor – faktor <i>heritage tourism</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode deskriptif eksploratif • Survey 	<ul style="list-style-type: none"> • Cirebon sebagai Kota Wali menjadi tema sentral pengembangan kota, termasuk pariwisatanya. Sehingga keterpaduan pengembangan wisata di kota ini salah satunya akan dan harus ditujukan untuk menjaga, melindungi serta mengembangkan <i>cultural heritage</i> yang dimiliki. 	<p>Penelitian tersebut memberikan manfaat dalam mengkaji potensi kepariwisataan di daerah dan memberikan masukan dalam strategi pengembangan kepariwisataan, khususnya pariwisata budaya.</p>	<p>Output dari penelitian ini hanya sampai pada strategi pengembangan saja, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis hasil akhir berupa arahan penataan.</p>

No.	Judul	Peneliti	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil	Manfaat	Perbedaan
3.	Apresiasi Wisatawan Terhadap Penyelenggaraan Event Seren Tahun Sebagai Atraksi Wisata Di Kawasan Ecotourism Gunung Halimun, Sukabumi, Jawa Barat	Fitri Abdillah dan Myrza Rahmanita, Jurnal hlm. 42 pada buku Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya, Yoeti, 2006.	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk mengetahui dampak Seren Tahun terhadap kondisi social ekonomi masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> • Dampak ekonomi • Sosial budaya masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode deskriptif eksploratif • Survey 	<ul style="list-style-type: none"> • Apresiasi wisatawan terhadap Seren Tahun yang dinilai luar biasa • Faktor - faktor atraksi pada ekoturisme memiliki korelasi yang signifikan terhadap kesan wisatawan terhadap acara Seren Tahun • Karakteristik psikologis dan demografis wisatawan berpengaruh terhadap atraksi yang ditawarkan 	Penelitian tersebut memberikan manfaat dalam mengkaji pariwisata terutama dalam hal pengaruh pariwisata dalam perekonomian masyarakat	Output dari penelitian ini hanya sampai pada identifikasi saja, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis hasil akhir berupa arahan penataan.



Gambar 2.7. Kerangka Teori