

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Harfiah

Tugas akhir ini mengambil judul tentang “Penentuan Rute Perjalanan Dan Paket Wisata Kediri”. Adapun pengertian dari judul tersebut di atas adalah :

1. Penentuan

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

2. Rute

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

3. Perjalanan

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

4. Paket Wisata

Suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh suatu Perusahaan Biro Perjalanan atau Perusahaan Transport yang bekerja sama dengannya di mana harganya paket wisata tersebut telah mencakup biaya perjalanan, hotel ataupun fasilitas lainnya (Suwantoro, 1997:15)

5. Wisata

Menurut Undang-undang RI No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

6. Kediri

Wilayah Kediri terletak antara 111° 47' 05" sampai dengan 112° 18'20" Bujur Timur dan 7° 36' 12" sampai dengan 8° 0' 32 Lintang Selatan

2.2 Definisi Pariwisata

Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Kata “pariwisata” secara etimologi berasal dari bahasa sanskerta, 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).

Menurut Wahab dalam Pendit (2002: 32) menyatakan bahwa pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam menyediakan lapangan kerja, peningkatan penghasilan standart hidup, serta menstimulasi sector-sektor produktif. Pariwisata menurut Pendit (1990 :30). Pariwisata adalah kepergian orang-orang untuk sementara dalam jangka waktu pendek ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan tempat bekerja sehari-hari, serta kegaitan-kegiatan mereka selama berada di tempat-tempat tujuan tersebut

2.2.1 Jenis-jenis Pariwisata

Definisi jenis-jenis pariwisata menurut Valene L. Smith (1991) yang terdapat dalam kosakata kepariwisataan antara lain :

1. Pariwisata Pantai (*Marine Tourism*)

Kegiatan pariwisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam dan olah raga air lain termasuk sarana prasana akomodasi, makan dan minum.

2. Pariwisata Etnik (*Ethnic Tourism*)

Kegiatan pariwisata yang mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.

3. Pariwisata Budaya (*Culture Tourism*)

Perjalanan untuk meresapi suatu gaya hidup yang hilang dari ingatan manusia.

4. Pariwisata Rekreasi (*Recreational Tourism*)

Kegiatan wisata yang berkisar pada olah raga, menghilangkan ketegangan dan melakukan kontak sosial dalam suasana santai.

5. Pariwisata Alam (*Ecotourism*)

Perjalanan ke suatu tempat yang relatif masih alami dengan tujuan untuk mempelajari, mengagumi, menikmati pemandangan, tumbuhan dan binatang liar, serta perwujudan budaya yang ada/ pernah ada pada suatu tempat.

6. Pariwisata Kota (*City Tourism*)

Perjalanan dalam satu kota untuk melihat/ mempelajari/ mengalami objek, sejarah, dan daya tarik yang terdapat di kota tersebut.

7. Resort City

Suatu kota yang memiliki tumpuan kehidupan pada penyediaan sarana dan prasarana wisata, yaitu penginapan, restoran, olahraga, hiburan dan penyedia jasa wisata lainnya.

8. Pariwisata Agro (*Agro Tourism*)

Merupakan kegiatan perjalanan untuk menikmati kegiatan pertanian, perkebunan, peternakan dan kehutanan. Jenis wisata ini bertujuan untuk mengajak wisatawan untuk lebih memperhatikan sumber daya alam dan kelestariannya.

9. Urban Tourism

Bentuk pariwisata yang umum terjadi di kota besar, dimana pariwisata merupakan kegiatan kegiatan yang cukup penting, namun bukan merupakan kegiatan utama di kota tersebut.

10. Pariwisata Sosial (*Social Tourism*)

Suatu pendekatan untuk menyelenggarakan liburan bagi kelompok masyarakat berpenghasilan rendah serta orang-orang yang tidak memiliki inisiatif untuk melakukan perjalanan.

11. Pariwisata Alternatif (*Alternative Tourism*)

Suatu bentuk pariwisata yang sengaja disusun dalam skala kecil, memperhatikan kelestarian lingkungan dan segi-segi sosial. Dalam pariwisata ini keuntungan ekonomi yang diperoleh dari kegiatan pariwisata langsung dirasakan oleh masyarakat setempat sebagai pemilik dan penyelenggara jasa wisata.

Beberapa jenis wisata dapat dijelaskan menjadi beberapa poin, yaitu (Pendit, 2002: 38-43):

1. Wisata Budaya

Perjalanan wisata yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka.

2. Wisata Kesehatan

Perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan tersebut untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas mengandung mineral yang menyembuhkan

3. Wisata Olahraga

Wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara seperti Asian Games, Olympiade dan lain-lain

4. Wisata Komersial

Dalam jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.

5. Wisata Industri

Yang erat dengan wisata komersial adalah wisata industri yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian di mana terdapat pabrik-pabrik besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.

6. Wisata Politik

Jenis ini meliputi perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian secara aktif dalam kegiatan politik seperti peringatan ulang tahun negara, perayaan 17 Agustus di Jakarta.

7. Wisata Konvensi

Yang dekat dengan wisata jenis politik adalah wisata konvensi, dimana membangun wisata konvensi dengan menyediakan fasilitas bangunan beserta ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya yang bersifat nasional maupun internasional.

8. Wisata Sosial

Yang dimaksudkan dengan jenis wisata ini adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk (dengan kata lain tidak mampu membayar segala sesuatu yang bersifat luks) untuk mengadakan perjalanan seperti kaum buruh, pemuda, pelajar dan sebagainya.

9. Wisata Pertanian

Wisata pertanian ini adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya, dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi.

10. Wisata Maritim (Marina) atau Bahari

Jenis kegiatan ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga air yang dilakukan di danau, pantai, teluk atau laut lepas untuk memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung dan lain-lain.

11. Wisata Cagar Alam

Jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usahanya dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daeah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang

12. Wisata Buru

Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.

13. Wisata Pilgrim

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat dan banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan dan lain-lain

14. Wisata Bulan Madu

Yaitu suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan

dan kunjungan mereka. Perjalanan ini biasanya dilakukan selama sebulan setelah pernikahan dilangsungkan ke tempat-tempat romantis.

Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan usaha daya tarik wisata adalah usaha yang kegiatannya mengelola daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata buatan/binaan manusia.

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)

- Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi, untuk keperluan kesehatan dan sebagainya.
- 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).
- Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dengan maksud bisnis.
- 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).

2.3.1 Jenis dan Macam Wisatawan

Melihat sifat perjalanan dan ruang lingkup dimana perjalanan wisata itu dilakukan, maka kita dapat mengklasifikasikan wisatawan sebagai berikut (Yoeti, 131):

- *Wisatawan asing (foreign tourist)*
Orang asing yang mealkukan perjalanan wisata, yang dating memasuki suatu Negara lain yang bukan merupakan Negara dimana ia biasanya tinggal
- *Domestic Foreign Tourist*
Orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal pada suatu Negara, yang melakukan perjalanan diwilayah Negara di mana ia tinggal.
- *Domestic Tourist*
Seorang warga Negara suatu Negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan Negaranya.
- *Indigenous Foreign Tourist*
Seorang warga negara suatu negara tertentu, yang karena tugasnya atau jabatannya berada di luar negeri, pulang ke Negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.
- *Transit Tourist*
Wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata kesuatu Negara tertentu, yang menumpang kapal udara atau kapal laut, atau pun kereta api, yang terpaksa mampir atau singgah pada suatu pelabuhan/bandara/stasiun bukan atas kemauannya sendiri.
- *Business Tourist*
Orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan laun bukan wisata, tetapi perjalanan wisata dilakukan setelah tujuan yang utama selesai

2.3.2 Motivasi Wisatawan

Wisatawan dalam melakukan perjalan wisata didasarkan pada motivasi dari maksud perjalanan tersebut, dapat dikelompokkan menjadi empat katagori, yaitu motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi pribadi serta motivasi untuk status dan prestise.

- Motivasi fisik ditujukan untuk penyegaran fisik dan mental, berhubungan dengan kegiatan olahraga, melihat pertunjukan yang bersifat santai dan motivasi lain yang secara langsung berhubungan dengan kesehatan.
- Motivasi budaya, merupakan keinginan untuk mengetahui daerah lain mengenai makanan, musik, kesenian, cerita rakyat, tari-tarian, lukisan dan agamanya.

- Motivasi pribadi, merupakan keinginan untuk bertemu dengan orang lain, mengunjungi teman atau relasi, menghindari hal-hal yang rutin atau keluarga dan tetangga atau mencari persahabatan.
- Motivasi untuk status dan prestise, berhubungan dengan kegiatan bisnis, konvensi, studi, mengejar hobi dan pendidikan (Mc.Intosh, 1990).

2.4 Unsur-unsur Pokok Kepariwisata

Pengembangan kepariwisataan disuatu daerah berarti pula mengembangkan potensi fisik didaerah tersebut. Disetiap obyek atau lokasi mempunyai aspek-aspek yang saling tergantung satu sama lainnya, hal ini yang diperlukan agar wisatawan dapat menikmati suatu pengalaman yang memuaskan dan diharapkan wisatawan dapat berkunjung kembali.

Aspek-aspek 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 dsb
	Iklm	Sinar matahari, suhu udara, cuaca, angin, hujan, panas, kelembaban dsb
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, dongegng 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, dsb
Fasilitas	Untuk istirahat, berobat	SPA mengandung mineral, piknik, istirahat dsb

Faktor	Kriteria	Pertimbangan
kesehatan	dan	
Fasilitas Berbelanja	Beli ini - itu	Toko-toko souvenir, toko-toko barang kesenian dan hadiah, kelontong toko-toko keperluan sehari-hari dsb
Waktu Hiburan	Waktu malam	Night club, diskotik, bioskop, teater, sandiwara dsb
Infrastruktur	Kualitas Wisata	Jalan-jalan raya, taman, listrik, air, pelayanan keamanan, pelayanan kesehatan, komunikasi, kendaraan umum dsb
Fasilitas Pangan dan Akomodasi	Makanan dan Penginapan	Hotel, motel, bungalow, inn, cottage, restoran, coffeshop, rumah makan dsb.

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

2.4.1 Daya Tarik (*Attraction*)

Menurut pengertiannya, attraction mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Meliputi jenis obyek yang akan dijual, yang memenuhi 3 syarat antara lain:

- Apa yang dapat dilihat (*Something to See*)
- Apa yang dapat dilakukan (*Something to Do*)
- 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 tentram, 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 keserbaragaman (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 (Andi, 2001). 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.

2.4.2 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 *attraction* (atraksi) juga dapat merupakan suatu fasilitas. Sarana wisata dapat dibagi dalam tiga unsur pokok menurut A. Yoeti Oka dalam bukunya Pengantar Pariwisata (1992:184), yaitu:

- a. Sarana Pokok Kepariwisata, 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 obyek wisata dan atraksi wisata.
- b. 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
- c. 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 dan steambath, casino dan entertainment, souvenir shop* dan lain-lain.

2.4.3 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:

a. 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 restorasi, 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 obyek 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.
- b. Prasarana Sosial (*Social Infrastructures*), adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada. 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.

2.4.4 Informasi dan Promosi (*Information*)

Meliputi cara-cara publikasi dan promosi yang akan dilakukan sebagai unsur pendukung pengembangan suatu obyek 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 di ukur dari banyaknya informasi yang diminta dan besarnya volume kedatangan wisatawan.

2.5 Definisi Paket Wisata

Berdasarkan pendapat Gamal Suwanto, 1997:15 dalam bukunya Dasar-Dasar Pariwisata bahwa Package Tour (wisata paket atau paket wisata) yaitu suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh suatu Perusahaan Biro Perjalanan atau Perusahaan Transport yang bekerja sama dengannya di mana harganya paket wisata tersebut telah mencakup biaya perjalanan, hotel ataupun fasilitas lainnya

Sedangkan RS. Damardjati mengartikan package tour sebagai sesuatu rencana atau acara perjalanan wisata yang telah tersusun secara tetap dengan harga tertentu yang telah termasuk pula biaya-biaya untuk transfer/ pengangkutan, fasilitas akomodasi/ hotel serta darmawisata/sightseeing di kota, objek-objek wisata dan atraksi-atraksi yang telah tercantum dalam acara itu.

2.5.1 Jenis-jenis Paket Wisata

Paket wisata (package tour) dapat dibagi atas tiga tipe yang umum dilakukan yaitu : (Oka A. Yoeti, 2001:158-162)

- *Independent Tour*

Paket wisata yang termasuk Independent Package Tour biasa dikenal istilah minimum tour yaitu paket wisata disusun atas permintaan tamu (tidak memiliki time schedule), pelaksanaan anytime, dan harga dihitung berdasarkan komponene yang disepakati

- *Hosted Tour*

Adalah suatu paket wisata yang memanfaatkan pelayanan yang diberikan oleh kantor perwakilan Biro Perjalanan Wisata (BPW) yang menjual paket wisata yang bertindak sebagai tuan rumah (host) dan terdapat pada semua DTW yang banyak dikunjungi wisatawan. Kantor perwakilan BPW yang bersangkutan selalu siap (stand-by) setiap saat sesuai permintaan atau instruksi kantor pusatnya di kota lain

- *Escorted Tour*

Pada dasarnya escorted tour merupakan inclusive tour, dimana biaya tour sudah termasuk: tiket p.p, akomodasi hotel, makan, transfer dari dan ke bandara dan tour sesuai program (tour itinerary) yang sudah disusun. Dalam escorted tour, setiap perjalanan wisata yang dilakukan selalu dipimpin oleh seorang Tour

Leader atau seorang pramuwisata (tourist guide) untuk menjelaskan semua obyek yang dilihat atau atraksi disaksikan di tempat-tempat yang dikunjungi.

- *Custom Tour*

Merupakan independent tour yang dirancang sesuai dengan kebutuhan (*need*) wisatawan. Biasanya jenis tour ini direncanakan sebelumnya secara detail mengenai tour itinerary atau programnya, mulai keberangkatan sampai dengan pulang kembali ketempat semula.

- *Exersion Tour*

Suatu tour yang dijual oleh suatu Travel Agent dengan menggunakan choach-bus, taksi untuk tujuan local tour, one day tour untuk perjalanan pulang pergi dalam satu hari.

Sedangkan menurut Suyitno, 1999: 69 dalam bukunya Perencanaan Wisata bahwa paket wisata ditinjau dari sudut penyusunannya dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

1. *Ready Made Tour*

Ready Made Tour adalah wisata paket yang disusun oleh tour operator tanpa menunggu permintaan dari calon peserta atau penyusunan produk sepenuhnya atas inisiatif tour operator. Jumlah peserta yang akan mengikuti tur ditentukan atas dasar kebijaksanaan tour operator dengan memperhatikan faktor pendukung tur.

2. *Tailored Made Tour*

Tailored Made Tour adalah wisata paket yang penyusunannya dilakukan setelah adanya permintaan dari calon peserta atau inisiatif muncul dari calon peserta.

Ditinjau dari kegiatan/aktivitas yang dilakukan wisatawan, paket wisata digolongkan seperti yang dijelaskan oleh M. Kesrul (2003:39-40) sebagai berikut:

1. *Recreation Tourism*, yaitu paket wisata yang digunakan untuk memanfaatkan

hari libur untuk kegiatan beristirahat, memulihkan ketegangan jasmani dan rohani.

2. *Cultural Tourism*, yaitu paket wisata khusus yang mempelajari adat istiadat dan cara hidup suatu kaum, peninggalan sejarah dan keagamaan, dan festival musik.

3. *Adventure Tourism*, yaitu paket wisata yang dilakukan dialam terbuka, memerlukan keahlian khusus dan fisik yang fit, dengan resiko yang cukup

berbahaya. Tour ini dipandu oleh pramu wisata yang berpengalaman. Harga paket tour ini agak mahal.

4. *Sport Tourism*, yaitu paket wisata yang disusun untuk suatu kegiatan yang terkait dengan penyelenggaraan even olahraga seperti Olimpiade, Asian Games, dan lain-lain
5. *Bussines Tourism*, yaitu paket wisata yang diikuti berkaitan dengan pekerjaan dan jabatan (pemerintah atau swasta) sebagai Incentive Tour sekaligus berbisnis
6. *Convention Tourism*, yaitu paket wisata yang bertujuan untuk menghadiri suatu konvensi, seminar, muktamar, kongres, dan lain-lain.
7. *Special Interest Tourism*, yaitu suatu paket khusus dengan asumsi peserta terbatas karena paket tour ini tidak umum.

2.5.2 Sifat-Sifat Paket Wisata

Secara umum paket wisata juga memiliki sifat-sifat yaitu : (Kesrul, 2003: 41)

1. *Regular/ Sightseeing*

Paket tur disusun dengan acara perjalanan, jadwal dan harga sudah ditentukan serta diselenggarakan dengan waktu yang beraturan (setiap hari, hari minggu, akhir pekan, musim panas, musim dingin dan lain-lain)

2. *Special Interest*

Paket tur yang disusun dengan acara perjalanan, jadwal dan harga sesuai dengan permintaan wisatawan (biasanya paket tur yang diminta unik atau jarang dilakukan banyak orang).

2.5.3 Komponen Wisata dalam Paket Wisata

Penyelenggaraan suatu perjalanan wisata tidak dapat berdiri sendiri, tetapi dibantu oleh industri pariwisata yang lain seperti akomodasi, restoran dan angkutan wisata, dimana peranan dari masing-masing industri pariwisata tersebut memang saling bergantung satu sama lain dan hal tersebut diperlukan dalam penyusunan suatu paket. Adapun penjabaran dari unsur-unsur yang diperlukan dalam penyusunan paket wisata (Kesrul, 2003:24-37), yaitu :

1. Sarana Transportasi

Sarana transportasi berkaitan erat dengan mobilisasi wisatawan, dalam perkembangan pariwisata dewasa ini alat transportasi tidak hanya dipakai sebagai sarana untuk membawa wisatawan dari satu tempat ke tempat lain saja, namun juga

digunakan sebagai atraksi wisata yang menarik. Sebagai komponen wisata, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan sehubungan dengan sarana transportasi yaitu model transportasi, jenis fasilitas, biaya dan lokasi.

2. Sarana Akomodasi

Sarana akomodasi dibutuhkan apabila wisata diselenggarakan dalam waktu lebih dari 24 jam dan direncanakan untuk menggunakan sarana akomodasi tertentu sebagai tempat menginap. Akomodasi sebagai komponen wisata memiliki berbagai jenis mulai dari home stay, losmen, motel, youth hostel, hotel melati hingga hotel berbintang. Untuk menempatkannya sebagai bagian dari suatu wisata, maka perlu diperhatikan beberapa hal yaitu jenis, fasilitas, harga, lokasi dan lain-lain

3. Sarana Makan dan Minum (Restoran)

Dilihat dari lokasinya, ada restoran yang berda di hotel dan menjadi bagian atau fasilitas hotel yang bersangkutan, ada pula restoran yang berdiri sendiri secara independent. Dimanapun restoran itu berada, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu jenis atau kelas, menu, fasilitas, harga, lokasi dan lain-lain

4. Objek dan Atraksi Wisata

Objek dan atraksi wisata dapat dibedakan atas dasar asal-usulnya yang menjadi karakteristik objek atau atraksi tersebut, yaitu : objek atau atraksi wisata yang bersifat alami, buatan manusia (man made) serta perpaduan antara buatan manusia dan alami. Selain itu objek dan atraksi wisata dapat pula dibedakan menurut bentuknya yaitu :

- Objek wisata alam
- Objek wisata sejarah
- Objek wisata budaya

Karena kebanyakan tujuan berwisata adalah untuk bersenang-senang, maka objek dan atraksi wisata ini paling dominan mewarnai kualitas wisata yang diselenggarakan. Untuk itu perlu diperhatikan beberapa hal antara lain daya tarik, lokasi, fasilitas, biaya dan kemudahan-kemudahan lainnya

5. Sarana Hiburan (Entertainment and Amusement)

Hiburan pada hakikatnya merupakan salah satu bentuk atraksi wisata. Hiburan tersebut dapat bersifat massal, digelar untuk masyarakat umum dan bahkan melibatkan masyarakat secara langsung serta tidak adanya pungutan biaya bagi yang menikmatinya,

dimana hiburan semacam ini disebut amusement. Hal-hal yang perlu diperhatikan antara lain daya tarik, kapasitas, fasilitas, lokasi dan biaya

6. Toko Cenderamata (Souvenir Shop)

Toko cenderamata erat kaitannya dengan oleh-oleh atau kenang-kenangan dalam bentuk barang tertentu. Barang-barang yang dijual biasanya memiliki ciri khusus sesuai dengan kondisi daerah tempat toko cenderamata tersebut berada. Beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain jenis barang, kapasitas, lokasi, harga dan kualitas.

7. Pramuwisata dan Pengatur Wisata (Guide and Tour Manager)

Pramuwisata dan pengatur wisata merupakan petugas purna jual yang bertindak sebagai wakil perusahaan yang mengelola wisata untuk membawa, memimpin, memberi informasi dan layanan lain kepada wisatawan sesuai dengan acara yang telah disepakati.

Dalam kaitannya dengan peyelenggaraan wisata dapat dibedakan menjadi dua, yaitu :

- Tour guide yaitu pramuwisata yang bertugas memandu wisatawan dari awal keberangkatan hingga kembali lagi ke tempat semula
- Local guide yaitu pramuwisata yang bertugas memandu wisatawan hanya di objek-objek tertentu saja

Pada jenis wisata tertentu, selain melibatkan pramuwisata diperlukan juga pengatur wisata. Secara organisatoris, pengatur wisata memiliki kedudukan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pramuwisata. Beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk kedua komponen tersebut antara lain keahlian, jenis dan biaya.

Sedangkan menurut Oka A.Yoeti, 2001:168 dalam bukunya *Tours and Travel Marketing* bahwa suatu paket wisata minimal terdiri dari 2 unsur paling penting dan mutlak harus tersedia yaitu transportasi dan akomodasi, tetapi kebanyakan paket wisata dijual dalam bentuk all inclusive dimana didalamnya termasuk unsur :

- Transportasi atau angkutan pariwisata lainnya
- Akomodasi hotel atau sejenisnya
- Restoran atau rumah makan
- Local Tour di DTW yang dikunjungi
- Obyek dan atraksi wisata di DTW yang dikunjungi.

2.6 Konsep Perjalanan Wisata

Di dalam melakukan perencanaan pengembangan perjalanan pariwisata, hal yang paling utama sekali untuk diperhatikan adalah potensi dan kemampuan dari obyek

wisata tersebut. Oleh karenanya diperlukan sebuah konsep perjalanan pariwisata yang menghubungkan antara satu objek wisata dengan objek wisata yang lainnya pada suatu wilayah pengembangan pariwisata. Menurut Gunn (2002), Lingkungan pariwisata memiliki beberapa komponen, antara lain:

1. Pusat pelayanan: merupakan pusat akomodasi, restoran, fasilitas olahraga, terminal dan lain sebagainya. Disini wisatawan didistribusikan ke objek yang ingin dikunjungi. Pusat pelayanan juga berfungsi sebagai pusat informasi, yaitu memberikan penerangan tentang objek yang terdapat dilingkungan tersebut, cara pencapaian, sarana angkutan yang digunakan dan lain sebagainya.
2. Gerbang masuk lingkungan: umumnya terdapat di pusat lingkungan (pusat pelayanan), berfungsi sebagai gerbang mencapai objek wisata dilingkungan tersebut.
3. Konsentrasi objek: objek dengan aneka jenis atraksinya dan fasilitas maupun kesenian serta lain kelengkapan objek yang dapat dinikmati wisatawan
4. Jalur penghubung dan jaringan internal: jalur penghubung yaitu sarana dan prasarana perhubungan yang digunakan wisatawan untuk mencapai gerbang lingkungan. Jaringan internal yaitu jalur perhubungan yang digunakan wisatawan untuk mencapai objek dari pusat pelayanan.

2.7 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 obyek wisata menjadi satu mata rantai yang utuh. Touring subsistem termasuk atraksi, transpor, fasilitas pelayanan dan pengarahan promosi. Kelemahan konsep adalah tidak dapat diterapkan bila letak antar obyek 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 obyek wisata saling berjauhan dan karena adanya kendala yang menyebabkan antara obyek 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.

2.7.1 Perjalanan Pariwisata

Konsep ruang perjalanan pariwisata mempunyai beberapa komponen sebagai berikut: (Gunn, 1988)

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 obyek wisata.

4. Lingkungan pariwisata (*destination zone*)

Lingkungan pariwisata merupakan pengelompokkan obyek pariwisata beserta jalur internalnya.

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

a. Pusat pelayanan (*community*)

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

b. Gerbang masuk lingkungan (*gateway*)

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

c. Kosentrasi obyek (*attraction complexes*)

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

d. 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 obyek dari pusat pelayanan.

2.7.2 Lingkup Perjalanan Pariwisata

Dalam lingkup perjalanan pariwisata, dikenal adanya tiga unsur (Nuriata, 1999:26), yaitu:

a. Unsur pengelompokkan daya tarik, yaitu unsur pemusatan obyek/atraksi wisata.

b. Unsur pengelompokkan pusat pelayanan, yaitu unsur pemusatan jasa pelayanan.

c. Unsur perhubungan, yaitu adanya jalur jaringan jalan dan komunikasi yang menghubungkan setiap pemusatan obyek dan fasilitas pelayanan tersebut dengan suatu rangkaian pintu gerbang.

Dengan dasar pemikiran bahwa potensi pariwisata dapat menjadi obyek yang baik, bila obyek itu mudah dalam pencapaian, serta dapat ditawarkan untuk dimanfaatkan, maka obyek 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:

- a. Pendekatan dari segi pencapaian digunakan untuk menggambarkan pola jangkauan wisata ke obyek. 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.
- b. Pendekatan dari segi pemanfaatan potensi obyek bertolak dari pemanfaatan potensi obyek yang ada, yaitu menganalisa potensi yang ada di obyek tersebut. Kemudian pemanfaatan potensi ini disesuaikan dengan jenis permintaan wisatawan. Dari pendekatan ini terlihat variasi daya tarik obyek wisata.

Dari faktor tersebut dapat diperoleh alternatif rute perjalanan pariwisata yaitu dengan menganalisa faktor-faktor:

- a. Pintu gerbang

Pemanfaatan suatu obyek wisata memerlukan dukungan sarana kemudahan pencapaian dan kenyamanan dalam perjalanan maupun selama tinggal di daerah obyek wisata. Wisatawan mempunyai kecenderungan mengunjungi lokasi obyek 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 obyek yang dituju tidak jauh dari pintu gerbang tersebut sehingga umumnya pintu gerbang sekaligus berfungsi sebagai pusat pelayanan.

- b. Lama tinggal

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

- c. 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 obyek mana saja yang perlu dikunjungi.

2.7.3 Komponen-komponen yang Mempengaruhi Rute Perjalanan Pariwisata

Dalam bukunya Pariwisata Indonesia Berbagai Aspek dan Gagasan Pembangunan (Gunawan dalam Devianan, 2004), pengertian spasial meliputi dua hal

yaitu secara mikro maupun makro. Dalam konteks mikro, yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut :

- Pengelompokan obyek dan daya tarik wisata.
- Jaringan prasarana
- Fasilitas penunjang dan akomodasi
- Sedangkan yang perlu diperhatikan dalam konteks makro yaitu :
- Keadaan geomorfologi
- Karakteristik obyek
- Jaringan perhubungan

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

Dari uraian tentang hal-hal yang menyangkut komponen yang mempengaruhi rute perjalanan, maka didapat faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan rute perjalanan wisata adalah sebagai berikut:

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

2.8 Metode Analisis

2.8.1 Analisis Supply-Demand

Analisis supply dan demand digunakan untuk mengetahui permintaan pengunjung/wisatawan terhadap ragam dan atraksi obyek-obyek wisata di Kota Kediri yang akan dikembangkan serta penawaran berupa potensi dan daya tarik dari obyek

wisata tersebut. Dengan demikian, pengembangan dan pembangunan pariwisata Kediri dapat berjalan secara optimal.

1. Analisis *Supply*

Tujuan dari analisis pada sisi penawaran produk pariwisata ini adalah untuk memenuhi karakter dan kondisi produk pariwisata, sehingga nantinya akan lebih jelas pengelompokan pariwisata yang menjadi sasaran. Aspek supply atau penawaran berupa potensi dan daya tarik obyek wisata dapat dijabarkan dalam beberapa faktor sebagai berikut ini (Yoeti, 1997) :

- Kondisi keanekaragaman wisata
- Kondisi aksesibilitas daerah wisata
- Kondisi pembangunan fasilitas penunjang
- Kondisi struktur sosial budaya masyarakat
- Kondisi lingkungan

2. Analisis *Demand*

Analisis demand merupakan analisis yang melihat permintaan atau keinginan wisatawan terhadap obyek wisata, sehingga dapat diperoleh segmentasi pasar dengan pertimbangan. perbedaan usia yang berpengaruh terhadap harapan dan perilaku wisatawan pada segmen pasar usia muda, serta wisatawan dari luar negeri dan seterusnya.

Adapun faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam melakukan analisis permintaan (Yoeti, 1997:31) antara lain:

- Lama Tinggal Wisatawan
- Tipe Aktivitas Wisatawan
- Kesan Wisatawan

2.8.2 Analisis Perhitungan Lama Perjalanan

Analisis perhitungan lama perjalanan dilakukan dengan dasar pemikiran bahwa waktu tempuh tiap rute perjalanan wisata sama dengan waktu yang dibutuhkan untuk perjalanan ditambah total waktu untuk mengunjungi obyek wisata yang dilalui (Triongko, 1991:46).

Lama perjalanan tiap tahap dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$T_{ij} = T_{pij} + T_{oj}$$

Keterangan:

T_{ij} adalah lama perjalanan dari obyek i ke obyek j .

T_{pij} adalah lama pencapaian j dari obyek i .

T_{oj} adalah lama kunjungan obyek j , besarnya tergantung dari jenis obyek j .

Pola perjalanan wisatawan berbentuk linear sehingga mengakibatkan perjalanan pulang-pergi pada ruas jalan yang sama dan jarak 2 obyek dihitung 2 kali. Untuk menghitung T_{pij} digunakan rumus sebagai berikut:

$$T_{pij} = D_{ij} / v$$

D_{ij} adalah jarak antara obyek i ke obyek j .

v adalah kecepatan rata-rata kendaraan.

Setelah diketahui lama perjalanan (T_{ij}) pada masing-masing obyek, tahap selanjutnya adalah menentukan titik awal dan titik akhir perjalanan sehingga arah pergerakan dapat digambarkan. Arah pergerakan menentukan tahap perjalanan dan tahap perjalanan menentukan rute perjalanan.

2.8.3 Analisis Pemasaran Pariwisata

Analisis pemasaran pariwisata dilakukan untuk melihat peluang pemasaran wisata di Kediri. Analisis ini juga akan mengevaluasi metode pemasaran/promosi yang telah dilakukan dan membandingkannya dengan teori-teori yang digunakan yang berkaitan dengan pemasaran sehingga dapat mengembangkan pemasaran paket wisata.

2.8.4 Analisis Paket Wisata

Analisis paket wisata ini digunakan untuk merencanakan paket wisata yang efektif dan efisien sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kediri. Selain itu analisis ini juga digunakan untuk menghitung harga wisata yang merupakan keseluruhan dari biaya yang dikeluarkan untuk mengelola wisata ditambah dengan keuntungan yang diharapkan sehingga nantinya didapat harga wisata per orang. Harga wisata dapat dirumuskan sebagai berikut : (Suyitno, 2000:47)

$$TP = TC + SC$$

Dengan :

TP : *Tour Price* (Harga Wisata)

TC : *Total Cost* (Jumlah Biaya)

SC : *Surcharge* (keuntungan)

Dalam paket wisata harus memasukkan fasilitas akomodasi dan hal ini akan merubah harga wisata yang semula/harga normal. Penggunaan fasilitas akomodasi dalam paket wisata biasanya digunakan sistem *sharing basis* atau *double occupancy*, maksudnya dalam satu kamar (*double/twin*) ditempati oleh dua orang. Harga kamar akan ditanggung oleh dua orang, sehingga kontribusi biaya akomodasi per orang dapat dihitung dengan rumus : (Suyitno, 2000: 77)

$$ACC = \frac{TWN}{2} \times N$$

Dengan :

ACC : Biaya akomodasi

TWN : Tarif kamar twin

N : jumlah kamar inap

Namun adakalanya peserta juga ingin tinggal sendiri dalam satu kamar (*single occupancy*), sehingga seluruh harga sewa kamar ditanggung oleh peserta tersebut dan dalam hal ini peserta yang bersangkutan dikenakan biaya tambahan yang disebut *Single Extra Charge (SE)* , perhitungannya sebagai berikut : (Suyitno, 2000: 78)

$$SE = \left(SGL - \frac{TWN}{2} \right) \times N$$

Dengan :

SE : Single Extra Charge

SGL : Tarif kamar single

TWN : tarif kamar double/ twin

N : Jumlah malam inap

Dari hasil perhitungan tersebut akan menambah harga normal wisata, sehingga harga paket wisata bagi peserta *single occupancy* adalah : (Suyitno, 2000: 78)

Dengan :

$$PSO = TP + SE$$

PSO : Harga untuk peserta Single Occupancy

TP : Harga Normal

SE : Single Extra Charge

Untuk mendapatkan jumlah pembayaran bagi seluruh peserta wisata paket dapat dicari dengan rumus sebagai berikut : (Suyitno, 2000: 79)

$$TTP = (TP \times n) + (SE \times nSO))$$

Dengan :

TTP : Jumlah Pembayaran Total

TP : Harga Normal

N : Jumlah seluruh peserta

SE : Single Extra Charge

nSo : Jumlah Peserta single Occupancy

Perhitungan biaya paket wisata tidak hanya didasarkan pada penggunaan rumus diatas tetapi juga didasarkan pada jenis-jenis kebutuhan yang diperlukan wisatawan selama mengikuti paket wisata.

2.9 Studi Terdahulu

Tabel 2. 2 Penelitian-Penelitian Terdahulu

No.	Judul / Penulis	Tujuan	Variabel	Analisis	Manfaat
1.	Arahan Penentuan Rute Perjalanan Wisata Kota Batu / Muhammad Riza Iqbal, Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Brawijaya Malang, 2007.	Mengetahui karakteristik dan potensi obyek wisata di Kota Batu. Mengetahui karakteristik wisatawan dalam melakukan rute perjalanan wisata di Kota Batu. Mengetahui arahan rute perjalanan wisata di Kota Batu	<ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik potensi wisata Kota Batu • karakteristik wisatawan • Pengunjung • Kunjungan • Rute perjalanan wisata • Penentuan rute perjalanan wisata Kota Batu 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis karakteristik dan potensi wisata • Analisis karakteristik wisatawan • Analisis wisatwan • Analisis supply demand • Analisis linkage system • Analisis preferensi wisatawan • Analisis pengembangan koridor • Analisis perhitungan lama perjalanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut memberikan manfaat dalam memberikan alternative dan arahan rute perjalanan wisata di Kota Batu..
2.	Arahan pengembangan paket wisata Kabupaten malang / Pratitis Sukma Rani, Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi dan menganalisis karakteristik potensi wisata di Kabupaten Malang 2. Mengidentifikasi karakteristik paket wisata di Kabupaten Malang 	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik wisata • Potensi wisata • Sarana wisata • Prasarana wisata • Aksesibilitas • Komponen pendukung wisata • Karakteristik 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis karakteristik wisata • Analisis karakteristik wisatawan • Analisis paket wisata • Analisis cluster • Analisis 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut memberikan manfaat dalam memberikan arahan pengembang an paket wisata di Kabupaten

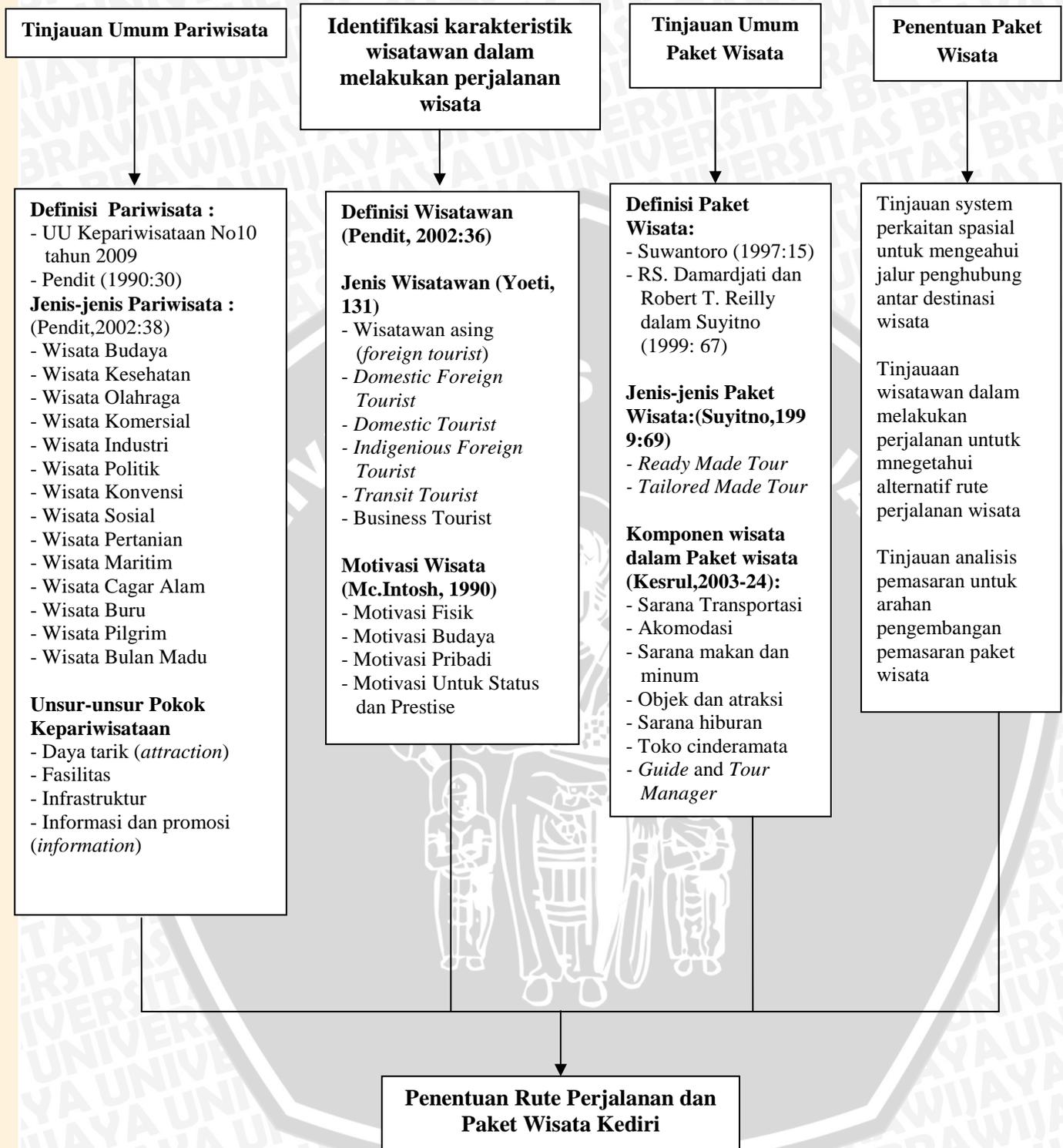
No.	Judul / Penulis	Tujuan	Variabel	Analisis	Manfaat
	Brawijaya Malang, 2007.	3. Memberikan arahan pengembangan paket wisata yang sesuai dengan karakteristik potensi wisata di Kabupaten Malang	wisatawan <ul style="list-style-type: none"> • Pengunjung • Kunjungan • Pemasaran Wisata • Pemasaran Paket Wisata 	linkage system <ul style="list-style-type: none"> • Analisis SWOT • Analisis pemasaran 	Malang

Sumber : Penelitian Terdahulu

2.10 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 2.1.





Gambar 2. 1 Kerangka Teori