

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Revitalisasi

2.1.1 Pengertian Revitalisasi

Pengertian revitalisasi menurut beberapa terminologi adalah sebagai berikut:

1. Revitalisasi berarti proses, cara, dan perbuatan menghidupkan kembali suatu hal yang sebelumnya kurang terberdaya. (Kamus besar Bahasa Indonesia).
2. Upaya untuk meningkatkan nilai lahan/kawasan melalui pembangunan kembali dalam suatu kawasan yang dapat meningkatkan fungsi kawasan sebelumnya. (Permen PU No 18/PRT/M/2010)
3. Suatu upaya pelestarian dalam menghidupkan kembali sesuatu (bangunan, lingkungan atau kawasan suatu kota) yang telah punah, dimana pada masa lalu sesuatu tersebut pernah berjaya dan terkenal yang kemudian telah hilang (punah) yang bertujuan untuk menarik kegiatan aktivitas publik dalam kerangka budaya dan ekonomi (Fitch, 1982).
4. Revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/ hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran/ degradasi (Goval, 2014)

Kawasan Rumah Pendaratan Soekarno merupakan kawasan pariwisata. Kawasan ini diresmikan pada tahun 2002, akan tetapi kegiatan wisata pada wilayah tersebut telah berlangsung sejak tahun 1900-an. Pariwisata di lokasi yang nantinya akan menjadi kawasan Rumah Pendaratan Soekarno ini mengalami masa puncaknya pada tahun 1980-an. Pada perkembangannya kondisi pariwisata yang ada di kawasan Rumah Pendaratan Soekarno mengalami kemunduran, hal ini dibuktikan dengan semakin berkurangnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke DTW tersebut. Berdasarkan kondisi ini maka proses revitalisasi pariwisata kawasan Rumah Pendaratan Soekarno dibutuhkan untuk menghidupkan kembali pariwisata di kawasan Rumah Pendaratan Soekarno yang kini telah mengalami degradasi atau kemunduran.

2.1.2 Tujuan Revitalisasi

Revitalisasi bertujuan untuk menciptakan suatu kawasan baru sesuai dengan teori pemukiman yang sebenarnya, dan menciptakan suatu kawasan yang memberikan nilai tambah terutama dari segi ekonomi bagi masyarakat maupun pemerintah kota sehingga meningkatkan taraf hidup penghuninya dengan menatanya kembali dari kondisi awal.

Berdasarkan Hanan (2001) revitalisasi bertujuan untuk:

1. Mengidupkan kembali kawasan pusat kota yang memudar atau menurun kualitas lingkungannya;
2. Meningkatkan nilai ekonomis kawasan yang strategis;
3. Merangsang pertumbuhan daerah sekitarnya;
4. Mendorong peningkatan ekonomi lokal dari dunia usaha dan masyarakat;
5. Memperkuat identitas kawasan;
6. Mendukung pembentukan citra kota.

Berdasarkan teori tersebut, maka kegiatan revitalisasi pariwisata kawasan Rumah Pendaratan Soekarno diharapkan dapat (1) Mengidupkan kembali kegiatan pariwisata, (2) Meningkatkan nilai ekonomis kawasan Rumah Pendaratan Soekarno, (3) Merangsang pertumbuhan daerah sekitar kawasan, (4) Mendorong peningkatan ekonomi lokal dari dunia usaha dan masyarakat.

2.1.3 Motif dan Keuntungan Revitalisasi

Berdasarkan Attoe & Logan (1989) terdapat empat motif dilakukannya revitalisasi, yaitu:

1. Melindungi kawasan budaya/bersejarah sebagai suatu “*urban artifact*”.
2. Menjamin variasi dalam bangunan perkotaan sebagai tuntutan aspek estetis dan variasi budaya masyarakat.
3. Motif ekonomi yang mengangga bangunan yang dilestarikan dapat meningkat nilainya bila dipelihara dengan baik dan biasanya merupakan suatu investasi yang baik sehingga memiliki nilai komersial yang dianggap sebagai modal lingkungan.
4. Motif simbol menganggap bentuk fisik merupakan identitas dari suatu kelompok masyarakat tertentu yang pernah menjadi bagian dari suatu kota.

Motif dalam pelaksanaan Revitalisasi Pariwisata Rumah Pendaratan Soekarno adalah melindungi kawasan Rumah pendaratan Soekarno yang memiliki nilai sejarah, serta motif ekonomi, dimana kegiatan revitalisasi diharapkan dapat mempengaruhi perekonomian masyarakat sekitarnya.

Menurut Eko Budiharjo (1997), terdapat tiga keuntungan yang dapat diperoleh dalam perpaduan upaya pelestarian dan revitalisasi, yaitu:

1. Keuntungan budaya, diperoleh karena dapat semakin memperkaya sumber sejarah sehingga akan menambah rasa kedekatan (*sense of attachment*) pada sejarah atau kejadian penting di masa lalu.
2. Keuntungan ekonomi, yaitu dapat meningkatkan taraf hidup, omzet penjualan, naiknya harga sewa, pajak pendapatan pemerintah daerah dan mengurangi biaya pergantian (*replacement cost*).
3. Keuntungan sosial, timbul karena meningkatnya nilai ekonomi dan menumbuhkan rasa percaya diri pada masyarakat.

Berdasarkan teori tersebut, maka keuntungan yang diharapkan dari kegiatan Revitalisasi Pariwisata Kawasan Rumah Pendaratan Soekarno, adalah:

1. Keuntungan budaya.

Kawasan Rumah Pendaratan Soekarno memiliki nilai sejarah dari segi kawasan maupun fungsi. Lokasi kawasan Rumah Pendaratan Soekarno menjadi lokasi mendaratnya pesawat milik Ir. Soekarno serta menjadi lokasi wisata yang telah ada sejak ratusan tahun yang lalu.

2. Keuntungan ekonomi

Kegiatan revitalisasi selain diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan, diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitarnya, mengingat kegiatan pariwisata memiliki berbagai potensi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

3. Keuntungan sosial.

Revitalisasi pariwisata diharapkan dapat mendorong keinginan masyarakat untuk berusaha dan meningkatkan perekonomian lokal.

2.1.4 Revitalisasi Kawasan

Menurut Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 18/PRT/M/2010 kawasan adalah wilayah yang memiliki fungsi utama lindung atau budidaya. Berdasarkan Direktorat Jenderal Cipta Karya Kementerian Pekerjaan Umum, revitalisasi kawasan merupakan rangkaian upaya untuk menghidupkan kembali kawasan yang cenderung mati, meningkatkan nilai-nilai vitalitas yang strategis dan signifikan dari kawasan yang masih mempunyai potensi, dan/atau mengendalikan kawasan yang cenderung tidak teratur untuk mengembalikan atau menghidupkan kawasan dalam konteks kota yang berfungsi kembali,

atau menata dan mengembangkan lebih lanjut kawasan berkembang sangat pesat namun kondisinya cenderung tidak terkendali

Berdasarkan Permen PU No 18/PRT/M/2010 materi revitalisasi kawasan terbagi menjadi enam materi pokok, yakni:

1. Langkah-langkah identifikasi lokasi revitalisasi kawasan.
2. Studi dan pengembangan konsep

Rangkaian kegiatan dalam upaya menemukenali konsep-konsep revitalisasi kawasan, yang digunakan sebagai panduan dalam penyusunan rencana detail pelaksanaan.

3. Penyusunan rencana detail pelaksanaan

Tahapan kegiatan penyusunan rencana detail teknis berdasarkan studi kelayakan dan program investasi revitalisasi kawasan.

4. Pelaksanaan konstruksi

Perwujudan pembangunan fisik dari rencana detail pelaksanaan yang diselenggarakan bersamaan dengan kegiatan pengendalian.

5. Pengelolaan

Tahapan yang dilakukan untuk menjamin kelangsungan pemanfaatan, pemeliharaan, dan perawatan melalui lembaga pengelola.

6. Pemasaran

Kegiatan yang mendukung operasionalisasi revitalisasi kawasan yang paling sedikit meliputi promosi dan pengembangan bisnis atau investasi.

2.1.5 Pedoman Revitalisasi Kawasan

A. Permen PU No 18/PRT/M/2010

Berdasarkan Permen PU No 18/PRT/M/2010 kriteria revitalisasi dipengaruhi oleh enam variabel, yakni:

1. Vitalitas Ekonomi dan Degradasi Lingkungan.

Produktivitas ekonomi dan degradasi lingkungan dapat diukur dari segi penurunan ekonomi, degradasi lingkungan, dan kerusakan warisan budaya perkotaan/ *urban heritage*. Penurunan produktifitas ekonomi di pengaruhi oleh tiga variabel, yakni variabel lapangan kerja, unit ruang usaha, dan densitas penduduk. Degradasi lingkungan dipengaruhi oleh kondisi sarana dan prasarana dasar yang terdapat di lokasi penelitian, sedangkan kerusakan urban heritage dipengaruhi oleh variabel keutuhan kawasan inti, pelestarian bangunan kuno bersejarah, dan pelestarian adat istiadat.

2. Nilai lokasi.

Penilaian terhadap variabel nilai lokasi kawasan berdasarkan fungsi strategis kawasan terhadap variabel fungsi ekonomi, nilai jual lahan terhadap sekitarnya/ radius 1 Km, dan pencapaian kawasan dari pusat kota.

3. Komitmen Pemerintah Daerah.

Penilaian terhadap komitmen pemerintah daerah akan dipengaruhi oleh pengelolaan yang berkelanjutan dari pemerintah, kerjasama pendanaan dan adanya pengaturan regulasi.

4. Kawasan Strategis.

Variabel kawasan strategis akan dipengaruhi oleh pembagian kawasan yang berdasarkan pada UU No 26 Tahun 2007 tentang penataan ruang, berdasarkan pada variabel:

- a. Kawasan strategis Nasional;
- b. Kawasan strategis Provinsi;
- c. Kawasan strategis Kabupaten.

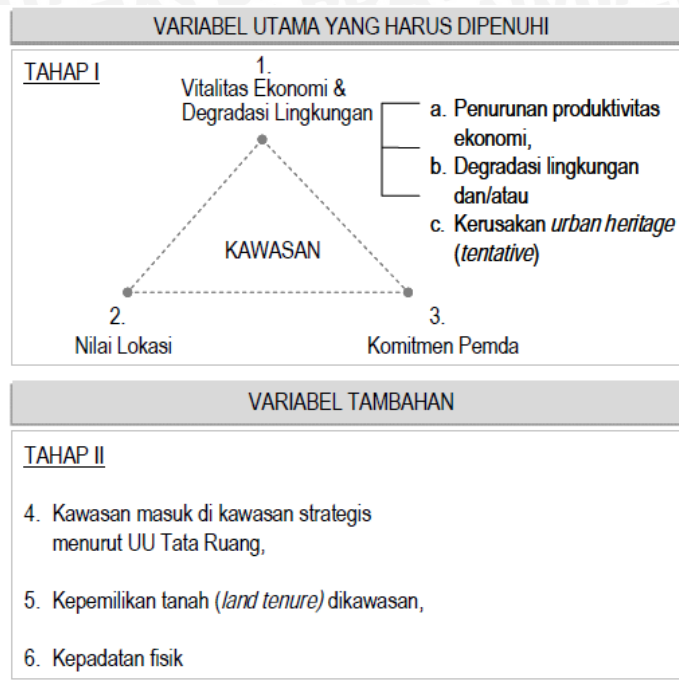
5. Land Tenure.

Variabel *land tenure* atau kepemilikan lahan, akan dipengaruhi oleh beberapa variabel, yakni status kepemilikan lahan tidak dalam sengketa, dan status kepemilikan yang jelas.

6. Kepadatan Fisik.

Variabel kepadatan fisik akan didasarkan pada variabel Koefisien Dasar Bangunan (KDB) dan Koefisien Lantai Bangunan (KLB).

Posisi variabel-variabel tersebut dapat dilihat pada gambar 2.1



Gambar 2. 1 Variabel Revitalisasi Kawasan

Sumber: Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 18/PRT/M/2010 (2010)

Pada penelitian ini variabel kepadatan fisik tidak dimasukkan dalam variabel penelitian, dikarenakan pada lokasi hanya terdapat satu bangunan museum. Langkah selanjutnya setelah variabel-variabel tersebut diidentifikasi dan dinilai, kemudian menentukan kriteria kawasan revitalisasi. Kriteria kawasan revitalisasi dibagi menjadi tiga berdasarkan kompleksitasnya, yakni:

1. Kompleksitas kawasan tinggi, dengan kriteria:
 - a. Okupansi/ketersediaan pekerjaan sektor informal dan pendatang: tinggi,
 - b. Sosialisasi: rumit/sulit,
 - c. Bentuk/batas kawasan: kacau,
 - d. Prasarana dan sarana: rusak berat (>50%),
 - e. Komitmen daerah: rendah/tidak jelas,
 - f. Biaya: tinggi,
 - g. Kepadatan penduduk: tinggi (>150 jiwa/ha).
2. Kompleksitas kawasan sedang, dengan kriteria:
 - a. Okupansi/ketersediaan pekerjaan sektor informal dan pendatang: sedang,
 - b. Sosialisasi: sedang (tidak begitu rumit),
 - c. Bentuk/batas kawasan: tidak terlalu kacau,
 - d. Prasarana dan sarana: rusak sedang (>30-50%),
 - e. Komitmen daerah: agak jelas,

- f. Biaya: sedang,
 - g. Kepadatan penduduk: sedang (60-150 jiwa/ha).
3. Kompleksitas kawasan rendah:
- a. Okupansi/ketersediaan pekerjaan sektor informal dan pendatang: rendah,
 - b. Sosialisasi: mudah,
 - c. Bentuk/batas kawasan: jelas,
 - d. Prasarana dan sarana: rusak ringan ($\leq 30\%$),
 - e. Komitmen daerah: jelas,
 - f. Biaya: rendah,
 - g. Kepadatan penduduk: rendah (< 60 Jiwa/ha).

Pada penelitian ini kriteria kawasan revitalisasi tidak dibahas dikarenakan terbatasnya waktu dan jenis data. Penelitian Revitalisasi Kawasan Rumah Pendaratan Soekarno hanya akan mengeluarkan hasil penelitian berupa potensi revitalisasi pariwisata serta rekomendasi pengembangan revitalisasi pariwisata.

2.2 Pariwisata

2.2.1 Pengertian Pariwisata

Pengertian pariwisata dapat ditemukan dalam berbagai buku yang membahas mengenai ilmu kepariwisataan. Adapun pengertian pariwisata menurut beberapa sumber adalah:

1. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. (Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 mengenai kepariwisataan)
2. Suatu kesatuan kegiatan yang terdiri atas komponen-komponen berupa wisatawan, transportasi, atraksi, fasilitas tambahan/ pendukung, dan pihak yang merencanakan serta mempromosikan kawasan/ objek tersebut. Secara sederhananya ini adalah pembahasan mengenai penyatuan antara unsur-unsur *supply* dan *demand* serta produk dan konsumen “ *such a terminology uses the notion of the components which would include the tourist, the transporter, the attractions, the ancillary facilities, and the planners and promoters of a place. However there is some merit in retaining the simple ideas of supply and demand, and product and consumer.*” (Aswort and Goodall, 1990. Dalam Christopher M. Law, 1993)

3. “*The sum of the phenomena and relationships arising from the interaction of tourist, businesses, host government, and host communities, in the process of attracting, and hosting these tourist and other visitors*” (MacIntosh dalam Pitana dan Diarta, 2009)
4. Rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perseorangan maupun kelompok di dalam wilayah Negara sendiri atau di Negara lain (Karyono dalam Suharso, Tunjung 2007)

2.2.2 Unsur Pariwisata

Dalam mengembangkan suatu objek/ kawasan wisata terdapat beberapa unsur yang harus diperhatikan, sehingga keberadaan daya tarik wisata dapat menarik minat para wisatawan untuk mengunjungi lokasi tersebut. Unsur-unsur pariwisata menurut Clare Agunn (1994) adalah:

A. Atraksi

Pada PP No.50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, bagian ketiga pasal 1, atraksi wisata atau disebut juga dengan daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Pembangunan Daya Tarik Wisata terbagi menjadi daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan manusia. Berdasarkan kondisi tersebut, maka pariwisata Danau Limboto, memiliki daya tarik utama sebagai wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah daratan.

Menurut Dalen dalam Suharso (2007) dan Karyono (1997) atraksi adalah pusat dari industri pariwisata. Atraksi harus mampu menarik wisatawan yang akan mengunjunginya, sehingga sebuah daya tarik wisata diharuskan memenuhi tiga syarat berikut;

1. Ada sesuatu yang bisa dilihat (*Something to See*),
2. Ada sesuatu yang dapat dilakukan (*Something to Do*),
3. Ada sesuatu yang dapat dibeli (*Something to Buy*).

B. Fasilitas

Fasilitas pariwisata dibutuhkan untuk melayani wisatawan selama perjalanan. Fasilitas cenderung berorientasi pada atraksi 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 atraksi berkembang. Para ahli memiliki pendapat yang berbeda mengenai fasilitas atau sarana pariwisata. Berdasarkan Yoeti (1996) sarana pariwisata dibagi dalam tiga unsur pokok, yaitu :

1. Sarana Pokok Kepariwisataaan, 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.
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. Kegiatan yang termasuk dalam kelompok ini antara lain *nightclub* dan *steambath*, *casino* dan *entertainment*, *souvenir shop* dan lain-lain.

Berdasarkan Muljadi (2010) sarana kepariwisataan merupakan fasilitas hiburan yang mendukung kegiatan wisata utama. Lindberg (1995) mengatakan bahwa sarana pariwisata terdiri atas lima komponen, yaitu:

1. Keamanan;
2. Pendidikan;
3. Tempat makan;
4. Fasilitas belanja;
5. Sarana pergerakan.

Menurut Page (2003), sarana pariwisata terbagi menjadi empat komponen, yakni *accomodation*, *catering*, *shopping*, dan *conditional element*:

- *Accomodation*

Akomodasi dapat menjadi variabel yang mampu memperlama tinggal wisatawan untuk menikmati lokasi wisata atau atraksi yang ada. Akomodasi berperan penting dalam perekonomian masyarakat sekitar. Contoh akomodasi adalah motel, penginapan, hotel, *farmstay*, dan *homestays*.

- *Catering*

Katering selain dapat memenuhi kebutuhan pokok wisatawan (makanan dan minuman) sehingga wisatawan merasa nyaman di lokasi wisata, katering dapat berkontribusi dalam perekonomian masyarakat. Contoh katering adalah restoran, warung makan, *café*, *bars*, *clubs*, *canteens*, dan *home stays*.

- *Shopping*

Shopping adalah sarana yang tidak hanya memperjual belikan cendera mata dan peralatan terkait atraksi wisata, tetapi juga kebutuhan wisatawan yang lainnya seperti baju, buku, dan perlengkapan sehari-hari. Contoh shopping adalah warung, toko, toko buku, *mall*, dan *plaza*.

- *Conditional element*.

Conditional element dalam pariwisata adalah transportasi dan *urban tourism*. Sarana ini menimbulkan keinginan wisatawan untuk datang berwisata dan melakukan pergerakan menuju ke lokasi tersebut. Contoh *conditional element* adalah: transportasi dan objek wisata.

C. Transportasi

Transportasi merupakan alat pengangkutan yang dapat digunakan oleh para wisatawan untuk menuju ke tempat wisata. Alat pengangkutan yang digunakan dapat berupa kendaraan laut, seperti kapal, kendaraan udara, seperti pesawat, ataupun kendaraan darat berupa motor, mobil, kereta api, bus, dan kendaraan lainnya. Menurut Yoeti (1996) transportasi 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.

Adanya transportasi dapat memudahkan wisatawan mengunjungi suatu daerah tertentu. Transportasi yang ada harus memenuhi syarat-syarat agar dapat berfungsi dengan baik, antara lain:

1. Kenyamanan angkutan

Kenyamanan angkutan yang didukung oleh adanya kelengkapan fasilitas transportasi utama yang berupa kendaraan, jalan dan sarana pendukung, jasa pelayanan dalam perjalanan yang meliputi jasa restorasi, fasilitas istirahat, fasilitas toilet dan keramahtamahan dalam perjalanan.

2. 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. Fasilitas jalan dan fasilitas parkir menjadi variabel yang harus dipenuhi untuk mempersingkat waktu perjalanan.

3. Biaya perjalanan

Tinggi rendahnya biaya perjalanan akan ikut menentukan apakah seseorang mengadakan perjalanan atau tidak.

D. Informasi dan Promosi

Informasi akan mendorong orang untuk memberikan penilaian yang berkaitan dengan pengalaman dari perjalanan wisata yang akan mereka lakukan, dan penilaian ini akan mempengaruhi keputusan pilihan tujuan wisata mereka (Gunn, 1994). Informasi yang diberikan harus memberikan nilai promosi yang menggambarkan daya tarik obyek wisata sehingga menarik minat wisatawan untuk berwisata ke suatu tempat. Jenis-jenis promosi yang dapat digunakan antara lain brosur, *booklets*, *guide-book*, folder, *leaflets*, dan lain-lain (Yoeti, 1996). Kegiatan promosi dapat dilakukan oleh pemerintah, maupun biro perjalanan wisata. Promosi wisata terdiri atas:

1. Promosi langsung

Promosi langsung adalah promosi yang dilakukan oleh semua lembaga yang bersangkutan dengan pemasaran produsen komponen pariwisata, biro perjalanan umum dan cabang-cabangnya, agen perjalanan, yang dilakukan melalui:

- a. Peragaan (*display*), misalnya berupa rumah adat, pakaian tradisional, dan peta-peta.
- b. Barang cetakan (*prospectus*, *leaflet*, *folder*, *booklet*, atau brosur) yang disebarakan ke pasar.
- c. Pameran khusus, berupa benda-benda kebudayaan, pertunjukan kesenian dan sebagainya, yang dapat ditingkatkan menjadi pekan atau bulan pariwisata.
- d. Pemberian rabat selama jangka waktu tertentu, biasanya diberikan selama waktu promosi.
- e. Pemberian hadiah, khusus selama promosi kepada konsumen/wisatawan.

2. Promosi tidak langsung

Promosi tidak langsung adalah promosi yang ditujukan kepada penyalur produk pariwisata, seperti biro perjalanan umum dan cabang-cabangnya, agen perjalanan, organisasi-organisasi perjalanan dan sebagainya.

- a. Pemberian informasi dalam bentuk barang cetakan,
- b. Publikasi dalam majalah-majalah profesi yang beredar di daerah perusahaan penyalur,
- c. Kunjungan kepada perusahaan-perusahaan penyalur,
- d. Menyelenggarakan temu karya (*work shop*),
- e. Mengundang wakil-wakil perusahaan penyalur untuk mengunjungi daerah tujuan wisata, dan wartawan.

2.2.3 Prasarana Pariwisata

Prasarana pariwisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata. Prasarana pariwisata meliputi jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lainnya. (Suwanto: 1997).

Berdasarkan Suharso (2007), pariwisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sehingga memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Prasarana kepariwisataan dibagi menjadi:

1. Prasarana Umum. Prasarana umum meliputi:
 - a. Sistem penyediaan air bersih;
 - b. Kelistrikan;
 - c. Transportasi;
 - d. Sistem pembuangan limbah;
 - e. Telekomunikasi.
2. Prasarana sosial adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin keberlangsungan prasarana perekonomian yang ada. Contoh prasarana sosial adalah:
 - a. Pelayanan kesehatan (*health service facilities*);
 - b. Faktor keamanan (*safety*) dan keramahan (*hospitality*);
 - c. Petugas yang langsung melayani wisatawan (*government apparatus*).

Prasarana/ utilitas pariwisata merupakan faktor penunjang perkembangan pariwisata yang secara langsung akan berpengaruh terhadap pola pencarian arus wisatawan

menuju DTW dan selanjutnya menuju objek wisata. Prasarana/ utilitas terbagi menjadi: (Warpani: 2007)

1. Jaringan perangkutan, yang terdiri dari:
 - a. Jalan;
 - b. Terminal;
 - c. Jaringan pelayanan;
 - d. Angkutan antar negara;
 - e. Angkutan antar daerah;
 - f. Angkutan perkotaan; dan
 - g. Keterpaduan sistem perangkutan.
2. Jaringan utilitas, yang terdiri dari:
 - a. Air bersih; dan
 - b. Listrik.

2.2.4 Wisatawan

A. Pengertian Wisatawan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia no 9 tentang kepariwisataan, Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Definisi wisatawan menurut Norval (Yoeti, 1996) adalah setiap orang yang datang dari suatu Negara yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja di situ secara teratur, dan yang di Negara dimana ia tinggal untuk sementara itu membalanjakan uang yang didapatkannya di lain tempat. Menurut Soekadijo (2000), wisatawan adalah pengunjung di Negara yang dikunjunginya setidak-tidaknya tinggal 24 jam dan yang datang berdasarkan motivasi:

1. Mengisi waktu senggang atau untuk bersenang-senang, berlibur, untuk alasan kesehatan, studi, keluarga, dan sebagainya.
2. Melakukan perjalanan untuk keperluan bisnis.
3. Melakukan perjalanan untuk mengunjungi pertemuan-pertemuan atau sebagai utusan (ilmiah, administratif, diplomatik, keagamaan, olahraga dan sebagainya).
4. Dalam rangka pelayaran pesiar, jika kalau ia tinggal kurang dari 24 jam.

Berdasarkan Sugiyanto Dalam Amiruddin F (2011). Kondisi wisatawan dapat dibedakan menjadi tiga, yakni:

1. Wisatawan baik: Jumlah wisatawan menurun selama tiga tahun terakhir.
2. Wisatawan sedang: Jumlah wisatawan mengalami penurunan dan peningkatan dalam kurun waktu tiga tahun terakhir.

3. Wisatawan baik: Jumlah wisatawan mengalami peningkatan dalam kurun waktu tiga tahun terakhir.

B. Karakteristik Wisatawan

Menurut Cohen dalam Pitana (2006), wisatawan diklasifikasikan berdasarkan tingkat familiaritas dari daerah yang dikunjungi dan tingkat pengorganisasian perjalanan wisatanya yang digolongkan menjadi empat, yaitu:

- a. *Driffer*, yaitu wisata yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya, yang berpergian dalam jumlah kecil.
- b. *Explorer*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalan dengan mengatur perjalanannya sendiri, tidak ingin mengikuti jalan-jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum. Wisatawan seperti ini bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal dan tingkat interaksinya dengan masyarakat lokal juga tinggi.
- c. *Individual Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang menyerahkan pengaturan perjalanannya kepada agen perjalanan, dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal.
- d. *Organized-Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal, dengan fasilitas seperti yang dapat ditemuinya di tempat tinggalnya dan perjalanannya selalu dipandu oleh pemandu wisata.

Smith (1977) dalam Pitana (2006) juga melakukan klasifikasi terhadap wisatawan menjadi tujuh, yaitu:

- a. *Explorer*, yaitu wisatawan yang mencari perjalanan baru dan berinteraksi secara intensif dengan masyarakat lokal, bersedia menerima fasilitas seadanya, serta menghargai norma dan nilai-nilai lokal.
- b. *Elite*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata yang belum dikenal tetapi dengan pengaturan terlebih dahulu, dan berpergian dalam jumlah kecil.
- c. *Off-beat* yaitu wisatawan yang mencari atraksi sendiri, tidak mau ikut ke tempat-tempat yang sudah ramai dikunjungi. Biasanya, wisatawan seperti ini siap menerima fasilitas seadanya di tempat lokal.
- d. *Unusual*, yaitu wisatawan yang dalam perjalanannya sekali waktu juga mengambil aktivitas tambahan, untuk mengunjungi tempat-tempat baru atau melakukan aktivitas tambahannya bersedia menerima fasilitas apa adanya tetapi program pokoknya tetap harus memberikan fasilitas standar.

- e. *Incipient mass*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan secara individual atau dalam kelompok kecil, mencari daerah tujuan wisata yang mempunyai fasilitas standar tetapi masih menawarkan keaslian.
- f. *Mass*, yaitu wisatawan yang berpergian ke daerah tujuan wisata dengan fasilitas yang sama seperti di daerahnya, atau berpergian ke daerah tujuan wisata dengan *environmental bubble* yang sama.
- g. *Charter*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata dengan lingkungan yang mirip dengan daerah asalnya dan biasanya hanya untuk bersenang-senang dan meminta fasilitas berstandar internasional.

2.3 *Tourism Area Life Cycle (TALC)*

Lourenco (2005) menyatakan bahwa setelah sepuluh tahun proses pengembangan suatu destinasi wisata, akan terjadi proses penurunan minimum setelah destinasi wisata berusia 20 tahun. Setelah tujuh puluh tahun suatu destinasi wisata yang sukses sekalipun akan mengalami penurunan.



Gambar 2. 2 *Ideal Behavior of Plan Process*

Sumber: Lourenco (2005)

Berdasarkan pada gambar 2.2 dapat diketahui bahwa dalam pengembangan proses perencanaan pariwisata terdapat beberapa tahapan, dimulai saat destinasi tersebut baru ditemukan, berkembang, mengalami masa puncak, dan akhirnya mengalami proses penurunan. Teori Butler (Butler dalam Pitana; 2005) menamakan ini sebagai *Tourism Area Life Cycle* atau teori siklus destinasi wisata yang terbagi menjadi tujuh tahap, yaitu:

1. Tahap *exploration* yang berkaitan dengan *discovery* yaitu suatu tempat sebagai potensi wisata baru ditemukan baik oleh wisatawan, pelaku pariwisata, maupun pemerintah, biasanya jumlah pengunjung sedikit, wisatawan tertarik pada daerah yang belum tercemar dan sepi, lokasinya sulit dicapai namun diminati oleh

sejumlah kecil wisatawan yang justru menjadi minat karena belum ramai dikunjungi.

2. Tahap *involvement* disebut dengan tahap keterlibatan. Pada fase ini, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mengakibatkan sebagian masyarakat lokal mulai menyediakan berbagai fasilitas yang memang khusus diperuntukkan bagi wisatawan. Kontak antara wisatawan dengan masyarakat lokal masih tinggi dan masyarakat mulai mengubah pola-pola sosial yang ada untuk merespon perubahan ekonomi yang terjadi. Disinilah mulai suatu daerah menjadi suatu destinasi wisata yang ditandai oleh mulai adanya promosi.
3. Tahap *development* disebut dengan tahap pembangunan. Pada fase ini, investasi dari luar mulai masuk serta mulai munculnya pasar wisata secara sistematis. Daerah semakin terbuka secara fisik, *advertensi* (promosi) semakin intensif, fasilitas lokal sudah tersisih atau digantikan oleh fasilitas yang benar-benar *touristic* dengan standar internasional, dan atraksi buatan sudah mulai dikembangkan untuk menambahkan atraksi yang asli alami. Berbagai barang dan jasa impor menjadi keharusan termasuk tenaga kerja asing untuk mendukung perkembangan pariwisata yang pesat.



Gambar 2. 3 Life Cycle of Tourism Product

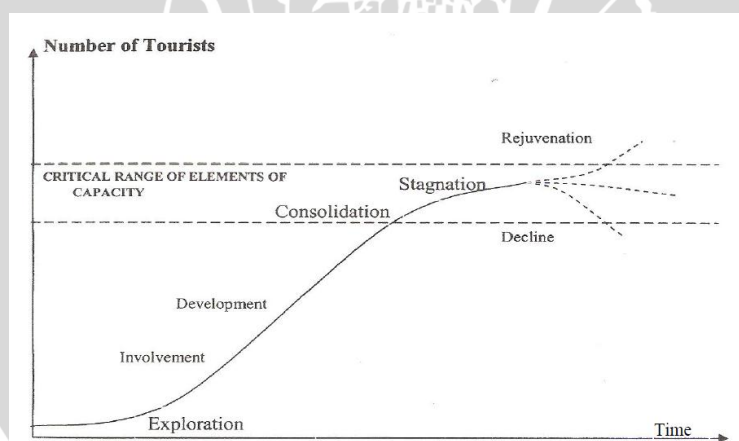
Sumber: Lourenco (2005)

4. Tahap *consolidation* (konsolidasi). Pada fase ini, pariwisata sudah dominan dalam struktur ekonomi daerah dan dominasi ekonomi ini dipegang oleh jaringan internasional atau *major chains and franchise*. Jumlah kunjungan wisatawan masih naik tetapi pada tingkat yang lebih rendah. Pemasaran semakin gencar dan diperluas untuk mengisi berbagai fasilitas yang sudah dibangun. Fasilitas lama sudah mulai ditinggalkan.
5. Tahap *stagnation* (stagnasi). Pada fase ini, kapasitas berbagai faktor sudah terlampaui di atas daya dukung sehingga menimbulkan masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kalangan industri sudah mulai bekerja berat untuk memenuhi kapasitas dari fasilitas yang dimiliki khususnya dengan mengharapkan *repeater*

guests atau wisata konvensi/bisnis. Selain itu, atraksi buatan sudah mendominasi atraksi asli alami (baik budaya maupun alam), citra awal sudah mulai meluntur, dan destinasi sudah tidak lagi populer.

6. Tahap *decline* (penurunan). Pada fase ini, wisatawan sudah beralih ke destinasi wisata baru dan yang tinggal hanya 'sia-sia', khususnya wisatawan yang hanya berakhir pekan. Banyak fasilitas pariwisata sudah berlatih atau dialihkan fungsinya untuk kegiatan non-pariwisata, sehingga destinasi semakin tidak menarik bagi wisatawan. Partisipasi lokal mungkin meningkat lagi terkait dengan harga yang merosot turun dengan melemahnya pasar. Destinasi dapat berkembang menjadi destinasi kelas rendah (*a tourism slum*) atau sama sekali secara total kehilangan diri sebagai destinasi wisata.
7. Tahap *revitalize* (revitalisasi). Pada fase ini, perubahan secara dramatis dapat terjadi (sebagai hasil dari berbagai usaha dari berbagai pihak) menuju perbaikan atau revitalisasi. Tahapan ini dapat terjadi karena adanya inovasi dalam pengembangan produk baru dan menggali atau memanfaatkan sumber daya alam dan budaya yang sebelumnya belum dimanfaatkan.

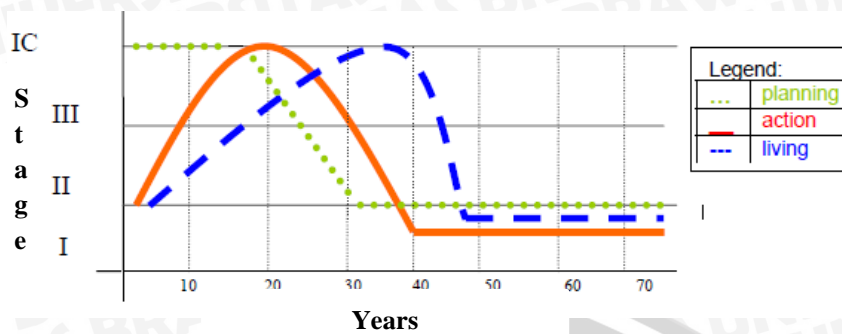
Tahapan siklus hidup destinasi wisata berdasarkan teori Butler dapat dilihat pada gambar 2.2 dibawah ini.



Gambar 2. 4 Tahapan TALC

Sumber: Lourenco (2005)

Berdasarkan model Lorenzo, pada tahap ketujuh setelah suatu destinasi pariwisata mengalami penurunan terdapat dua rencana yang dapat dilaksanakan. Pertama, kegiatan wisata akan tetap dibiarkan sehingga tetap mengalami proses penurunan. Kedua dilakukan proses revitalisasi sehingga kegiatan wisata tetap hidup. Apabila kegiatan ini yang diambil, maka perlu dilakukan berbagai aksi serta proses perencanaan untuk mengembalikan kondisi pariwisata seperti semula.



Gambar 2. 5 *Tourism Development Ending in Stagnation or Decline*

Sumber: Lourenco (2005)

2.4 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Adapun analisis kualitatif yang digunakan yakni analisis deskriptif, dan analisis kuantitatif yang akan digunakan adalah analisis skoring dan AHP.

2.4.1 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan analisis yang memaparkan kondisi secara umum di suatu wilayah studi sehingga didapatkan informasi-informasi penunjang rencana pengembangan wilayah studi. Analisis deskriptif bertujuan mengidentifikasi karakteristik wilayah perencanaan berdasarkan data-data primer dan data-data sekunder yang telah diperoleh.

2.4.2 Analisis Kuantitatif

A. Analisis Skoring

Metode *ranking procedure* bertujuan untuk menentukan kriteria kawasan revitalisasi pariwisata Rumah Pendaratan Soekarno. Prosedur yang dilakukan dalam pendekatan metode ini yakni (Fitriana, et all):

1. Mengidentifikasi variabel-variabel yang terkait dengan revitalisasi pariwisata.
2. Pemberian bobot (X_i) dari masing-masing variabel yang telah diidentifikasi berdasarkan indek syang telah ditentukan. Pemberian bobot didasarkan pada Permen PU No. 18/PRT/M/2010.
3. Memberi skor (nilai) (Y_{ij}) untuk masing-masing faktor yang diidentifikasi sesuai dengan skala angka dari masing-masing variabel.
4. Mengalikan bobot masing-masing faktor tersebut diatas dengan skor dari tiap-tiap variabel yang ada ($X_i \times Y_{ij}$) dan menghitung total perkalian antara skor dan bobot, yang dapat dirumuskan sebagai:

$$Z_j = \sum X_i \times Y_{ij}$$

5. Menambah semua nilai dari masing-masing variabel dan menentukannya dalam tingkat kriteria revitalisasi kawasan pariwisata.

B. Analisis /AHP

Metode AHP atau Analisis Hierarki Proses dikembangkan oleh Thomas L. Saaty, metode ini digunakan untuk memecahkan persoalan yang kompleks dengan menstruktur suatu hirarki kriteria, pihak yang berkepentingan, hasil dan dengan menarik berbagai pertimbangan guna mengembangkan bobot atau prioritas. Metode ini juga menggabungkan kekuatan dari perasaan dan logika yang bersangkutan pada berbagai persoalan, lalu mensintesis berbagai pertimbangan yang beragam menjadi hasil yang cocok dengan perkiraan kita secara intuitif sebagaimana yang dipresentasikan pada pertimbangan yang telah dibuat. (Saaty,1993)

Terdapat tiga prinsip dalam memecahkan persoalan dengan AHP (Saaty,1993), yakni:

1. Prinsip menyusun hirarki (*decompositition*)

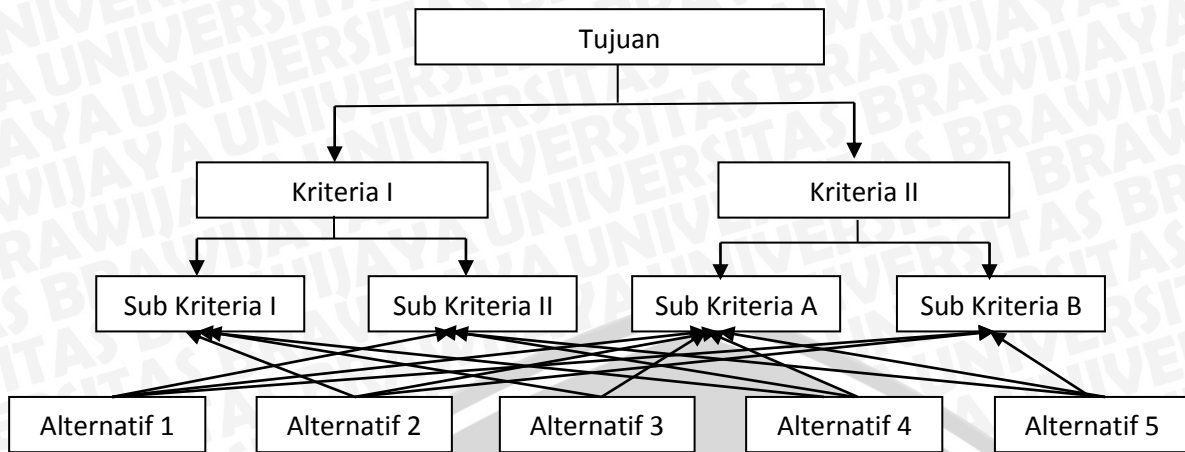
Decompositition yakni memecah persoalan yang utuh menjadi unsur-unsurnya. Hirarki yang dimaksud adalah tingkatan dari permasalahan yang ada (variabel). Pembuatan hirarki tidak memiliki aturan dalam jumlah hirarki yang akan dibuat. Terdapat dua jenis hirarki, yakni hirarki lengkap dan hirarki tidak lengkap. Dalam hirarki lengkap, semua elemen pada semua tingkat memiliki semua elemen yang ada pada tingkat berikutnya

2. Prinsip menentukan prioritas (*comparative judgement*)

Dalam pembuatan tingkatan hirarki, tidak dibatasi jumlah hirarki yang akan dibuat, karena jumlah hirarki tergantung pada tingkat kepentingan yang diinginkan. Terdapat dua jenis hirarki, yakni hirarki lengkap dan hirarki tidak lengkap. Dalam hirarki lengkap, semua elemen pada semua tingkat memiliki semua elemen yang ada pada tingkat sebelumnya, jika tidak maka ia termasuk pada hirarki tidak lengkap.

3. Prinsip konsistensi logis (*Logical Consistency*)

Prinsip ini berarti bahwa dalam proses AHP masing-masing elemen akan dibedakan sesuai dengan jenis atau tingkat kepentingannya. Hasil dari penilaian ini kan ditempatkan pada sebuah matriks yang dinamakan matriks *pairwise comparison*.

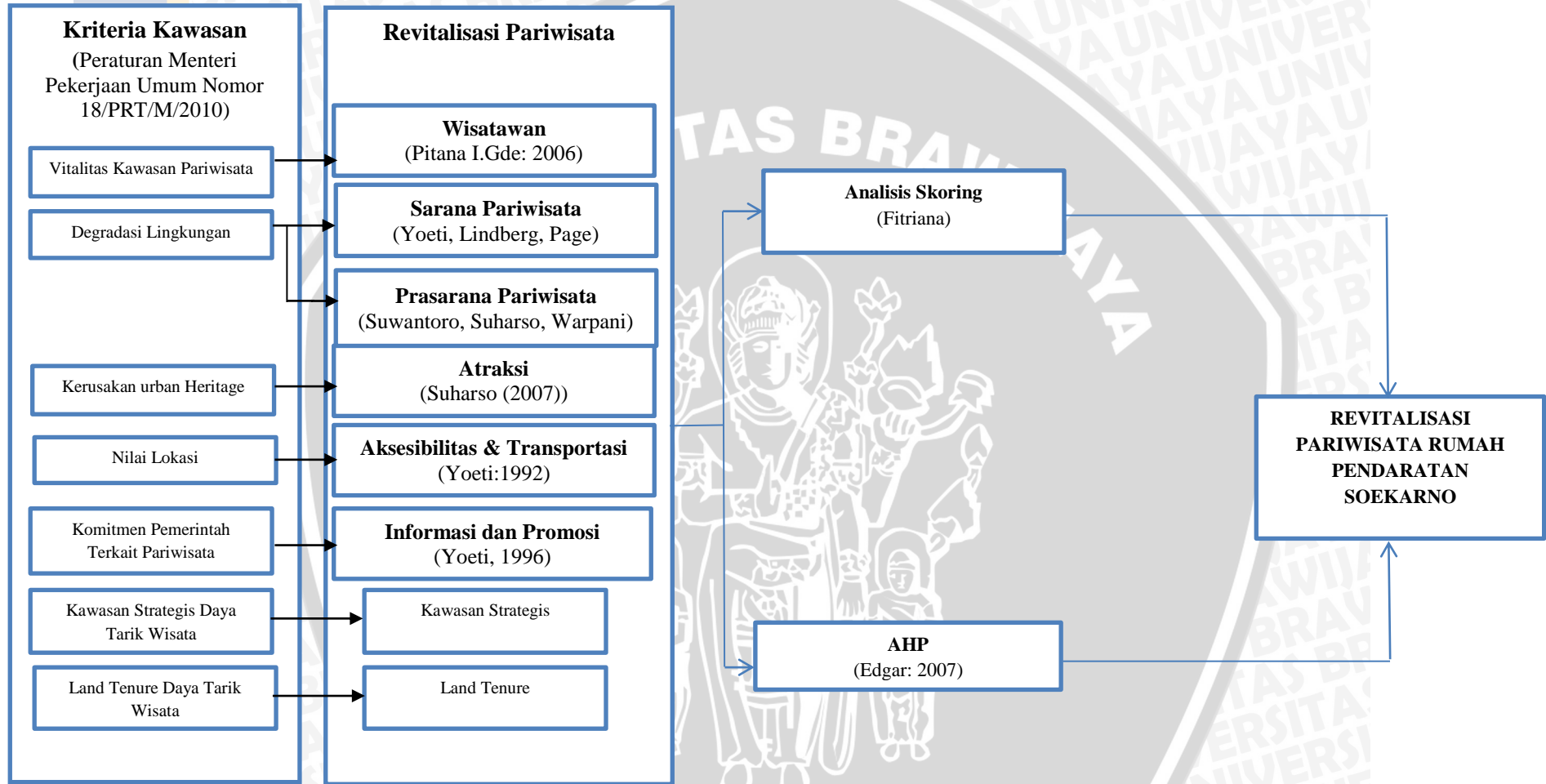


Gambar 2. 6 Grafik AHP

Selain prinsip-prinsip tersebut, dalam proses AHP terutama pada pemilihan elemen-elemen sebaiknya harus memperhatikan beberapa kriteria, seperti kelengkapan elemen yang akan dianalisis, setiap elemen harus diproses dalam proses analisis, tidak memasukkan elemen yang memiliki makna yang sama, serta usahakan jumlah elemen seminimal mungkin.



2.5 Kerangka Teori



Gambar 2. 7 Kerangka Teori

