

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Daya Tarik Wisata

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan pemasukan terhadap tingkat perekonomian negara. Keberadaan sektor pariwisata ini turut berperan dalam berkembangnya suatu daerah karena pariwisata dapat menumbuhkan peluang ekonomi kerakyatan.

2.1.1 Definisi Pariwisata

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, yang bersifat sementara dan dilakukan perorangan atau kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Spillane, 1987). Dalam kegiatan kepariwisataan ada yang disebut subyek wisata yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata dan objek wisata yang merupakan tujuan wisatawan. Berbagai macam pendapat para ahli mengenai pengertian pariwisata diantaranya yaitu:

1. Menurut Gamal Suwanto (2004), kepariwisataan adalah suatu proses kepergian sementara dari seorang, lebih menuju ketempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan baik karena kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain.
2. Berdasarkan UU RI No. 10 tahun 2009 pasal 1 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
3. Dr. Hubert Gulden *dalam* Yoeti (1983, p.108), kepariwisataan adalah suatu seni dari lalu lintas orang, dalam mana manusia-manusia berdiam di suatu tempat asing untuk maksud tertentu, tetapi dengan kediamannya tersebut tidak boleh dimaksudkan akan tinggal menetap untuk melakukan pekerjaan selama-lamanya atau meskipun sementara waktu, sifatnya masih berhubungan dengan pekerjaan.
4. Pariwisata menurut Wahab (2003) adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam

5. suatu Negara itu sendiri/diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

2.1.2 Jenis Wisata Perkotaan

Wisata perkotaan meliputi berbagai jenis, karena keperluan dan motif perjalanan wisata yang dilakukan bermacam-macam. Berikut merupakan berbagai jenis pariwisata menurut Pendit (2006):

1. Pariwisata Budaya (*Culture Tourism*)

Perjalanan untuk meresapi suatu gaya hidup yang telah hilang dari ingatan manusia. Selain itu, Pendit (2006) menyatakan bahwa perjalanan wisata budaya dimaksudkan agar perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan, untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan ke tempat lain atau luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni.

2. Pariwisata Kesehatan

Kegiatan wisata yang dimaksudkan perjalanan wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari tunggal demi kepentingan beristirahat jasmani dan rohani.

3. Pariwisata Sosial (*Social Tourism*)

Suatu pendekatan untuk menyelenggarakan hiburan bagi kelompok masyarakat berpenghasilan rendah serta orang yang tidak memiliki inisiatif untuk melakukan perjalanan. Jenis wisata ini adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan seperti misalnya bagi kaum buruh, pemuda, pelajar atau mahasiswa, petani dan sebagainya.

4. Wisata *Pilgrim*.

Jenis wisata ini 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-makan orang besar atau pemimpin yang diagungkan.

Menurut James J. Spilane, pariwisata terdiri dari beberapa jenis yaitu:

1. *Pleasure Tourism*

Pariwisata untuk menikmati perjalanan. Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar,

mengendorkan ketegangan syarafnya, menikmati keindahan alam, menikmati cerita rakyat suatu daerah, serta menikmati hiburan dan sebagainya.

2. *Recreation Tourism*

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahannya.

3. *Cultural Tourism*

Pariwisata untuk kebudayaan., jenis pariwisata ini ditandai dengan adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, mempelajari adat-istiadat, cara hidup masyarakat negara lain dan sebagainya.

4. *Sports Tourism*

Pariwisata untuk tujuan olahraga, jenis pariwisata ini bertujuan untuk olahraga, baik hanya untuk menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditunjukkan bagi mereka yang ingin mempraktekkannya sendiri.

5. *Business Tourism*

Pariwisata untuk urusan dagang besar, dalam pariwisata jenis ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan dalam menggunakan waktu-waktu bebasnya untuk memanjakan dirinya sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai objek wisata

6. *Convention Tourism*

Pariwisata untuk konvensi, banyak negara tertarik untuk menggarap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan- bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang pariwisata jenis ini.

7. *Sightseeing Tourism*

Wisata melihat-lihat pemandangan atau *sightseeing tour*, adalah wisata berkeliling menikmati pemandangan suatu tempat. Wisata ini biasanya dilakukan di daerah perkotaan yang memiliki pemandangan atau destinasi yang menarik untuk dikunjungi dan dinikmati dengan berkeliling.

Wisata Perkotaan merupakan sekumpulan sumber daya atau kegiatan wisata yang berlokasi di kota dan menawarkannya kepada pengunjung dari tempat lain. Wisata Perkotaan saat ini sudah menjadi fenomena kepariwisataan dunia, kota dipandang sebagai suatu proses kompleks yang terkait dengan budaya, gaya hidup, dan sekumpulan permintaan yang berbeda terhadap liburan dan perjalanan (Page, 1995).

2.2 Tinjauan Tentang Unsur-Unsur Pariwisata

Sistem pariwisata yang dikemukakan oleh Gunn (2002) terdiri dari dua komponen utama dalam pariwisata, yakni komponen penawaran (*supply*) dan komponen permintaan (*demand*). Sistem pariwisata tersebut menekankan bahwa pariwisata tidak dapat direncanakan tanpa memahami hubungan-hubungan yang saling mempengaruhi di antara komponen penawaran (*supply*) pariwisata dengan komponen permintaan (*demand*) pasar. Berikut merupakan sistem pariwisata yang dikemukakan oleh Gunn (2002):

1. Komponen penawaran wisata mencakup seluruh program yang disediakan untuk memfasilitasi dan memuaskan wisatawan yang dikelola oleh berbagai pihak seperti swasta, LSM, hingga pemerintah.
2. Melalui sistem pariwisatanya, sisi permintaan dan sisi penyedia pariwisata sebagai penggerak utama pariwisata. Sisi penawaran pariwisata terbentuk oleh interaksi antara komponen-komponen daya tarik yaitu servis (jasa/layanan), informasi, dan promosi. Sementara itu, sisi permintaan berasal dari pangsa pasar yang dipengaruhi oleh permintaan wisatawan.

Komponen pariwisata dapat dikatakan sebagai produk wisata karena meliputi segala sesuatu yang ditawarkan kepada wisatawan (Suwanto, 2002). Produk wisata tersebut meliputi:

2.2.1 Daya tarik

Daya tarik merupakan komponen yang memiliki peran paling kuat dalam sisi penawaran pariwisata. Jika komponen permintaan merupakan faktor pendorong terciptanya pergerakan wisatawan, maka daya tarik merupakan faktor penarik bagi wisatawan. Tanpa adanya daya tarik yang dapat menarik minat pengunjung, maka komponen servis berupa ketersediaan fasilitas dan jasa pariwisata tidak akan berkembang karena fasilitas bukan penyebab utama perjalanan. Tanpa adanya daya tarik, fasilitas dan jasa usaha pariwisata tidak diperlukan kecuali untuk perdagangan lokal. Menurut Suzanti (2014), daya tarik merupakan sesuatu yang berwujud, sedangkan daya tarik wisata adalah kekuatan atau sifat yang dimiliki oleh daya tarik yang dibuktikan dengan kedatangan wisatawan. Menurut Putra (2004); Inskeep (1998); Lew (1987); dan Gunn (1998), keunikan merupakan aspek yang perlu diperhatikan dalam melihat daya tarik. Aspek estetis atau keindahan merupakan unsur yang paling penting dari suatu objek wisata budaya untuk dapat menarik banyak wisatawan (Putra, 2004). Keunikan artinya objek ini sulit didapatkan kesamaannya atau tidak ada dalam masyarakat-masyarakat lain. Selanjutnya mengenai keindahan, Liang Gie (1996) menyimpulkan dari para ahli Adler, Aquinas, Aristoteles, Jhonson, Kant, Ruskin

sampai Santayana bahwa keindahan bertalian paling erat dengan kesenangan. Keindahan atau hal yang indah menimbulkan perasaan senang pada orang yang memperhatikannya.

2.2.2 Aksesibilitas

Suwantoro (2002) mengatakan bahwa transportasi merupakan komponen penting dalam kepariwisataan yang berarti pula sebagai aksesibilitas ataupun kemudahan untuk mencapai suatu daya tarik karena untuk mencapai suatu daerah tujuan wisata diperlukan adanya akses. Perjalanan wisata akan sulit dilakukan ketika sistem transportasi tidak memadai. Transportasi wisata merupakan jasa untuk memindahkan wisatawan dari suatu tempat ke tempat yang lain dan bergantung pada adanya moda transportasi serta ketersediaan jaringan jalan. Oleh karena itu, sarana dan prasarana transportasi umum sangat berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata. Suatu objek wisata kurang mempunyai daya tarik jika tidak ditunjang oleh sarana transportasi umum untuk mencapainya. Oleh karena itu kemudahan untuk mencapai suatu obyek, dengan tersedianya sarana transportasi umum akan menguntungkan banyak orang. Dalam perencanaan untuk pengembangan pariwisata penting untuk mempertimbangkan moda transportasi untuk mempermudah pergerakan.

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata No 23 Tahun 2015, aksesibilitas adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke destinasi pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah destinasi pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata. Aksesibilitas menjadi salah satu faktor dalam pengembangan suatu objek pariwisata dimana aksesibilitas menjadi penentu suatu objek wisata tersebut bisa berkembang atau tidak. Aksesibilitas yang baik akan memberikan dampak positif bagi perkembangan obyek wisata, semakin baik aksesibilitas semakin baik pula tingkat kunjungan wisata di sebuah destinasi wisata. Semakin baik akses secara langsung memudahkan transportasi ke lokasi wisata secara teratur, murah, nyaman dan aman.

Tamin (2000) menyatakan indikator aksesibilitas secara sederhana dapat dinyatakan dengan jarak. Jika suatu tempat berdekatan dengan tempat lainnya, dikatakan aksesibilitas antara kedua tempat tersebut tinggi. Sebaliknya jika berjauhan aksesibilitas antara keduanya rendah. Selain jarak dan waktu, biaya juga merupakan beberapa indikator aksesibilitas. Apabila antar kedua tempat memiliki waktu tempuh yang pendek maka dapat dikatakan kedua tempat itu memiliki aksesibilitas yang tinggi.

2.2.3 Fasilitas

Dampak ekonomi terbesar dari perjalanan terjadi melalui layanan perjalanan bisnis. Hal-hal yang termasuk dalam sisi pelayanan antara lain, adalah akomodasi, pelayanan

makanan, transportasi, agen perjalanan, dan bisnis wisata lainnya yang memberikan peluang terhadap adanya pekerjaan, peningkatan pendapatan dan pemasukan pajak. Oleh karena itu, cakupan jasa pelayanan ini berupa fasilitas restoran/rumah makan, dan perjalanan hotel maupun toko-toko yang menyajikan barang-barang khas daerah tersebut.

Menurut PP No 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional, sarana dan prasarana wisata adalah sebuah fasilitas yang diberikan sebagai bentuk pelayanan terhadap wisatawan baik itu secara langsung maupun tidak. Sarana dan prasarana sendiri meliputi aksesibilitas, fasilitas pariwisata dan fasilitas umum. Keberadaan sarana dan prasarana wisatawan ini sangat bergantung kepada tingkat kunjungan wisatawan. Sarana dan prasarana wisata merupakan obyek yang dituju oleh wisatawan maka diperlukan suatu pengembangan baik dari segi kualitas dan kuantitas yang ada sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Peningkatan dalam hal pengelolaan sarana dan prasarana wisata diperlukan untuk memberikan rasa nyaman, kemudahan dan keselamatan. Sarana dibagi menjadi 3 (Suwanto, 2004, p.18) meliputi:

1. Sarana pokok kepariwisataan

Sarana pokok wisata adalah sebuah perusahaan yang memberikan jasa wisata yang keberlangsungannya sangat tergantung kepada tingkat perjalanan wisata seperti: Travel Agent, Tour Operator, Perusahaan Transportasi, Restoran, Bar, Daya tarik Wisata dan lain-lain.

2. Sarana pelengkap kepariwisataan

Sarana pelengkap kepariwisataan adalah fasilitas yang diberikan kepada wisatawan yang mendukung sarana pokok kepariwisataan dan membuat wisatawan lebih lama untuk tinggal ditempat wisata seperti: Lapangan Tenis, Lapangan Golf, Kolam Renang, Bilyard dan lain-lain.

3. Sarana penunjang kepariwisataan

Sarana penunjang kepariwisataan adalah fasilitas yang diberikan kepada wisatawan untuk mendukung sarana pokok dan sarana pelengkap yang dikhususkan kepada bisnis pariwisata yang membuat wisatawan lebih lama untuk tinggal ditempat wisata seperti: Night Club, Casino, Pusat Perbelanjaan, Bioskop dan lain-lain.

Lothan A. Kreck dalam Yoeti (1996), mengatakan standar minimal sarana dan prasarana pariwisata adalah sebagai berikut.

Tabel 2. 1
Standar Minimal Sarana dan Prasarana Pariwisata

No	Kriteria	Standar Minimal
1	Objek	Terdapat salah satu unsur alam, sosial maupun budaya

No	Kriteria	Standar Minimal
2	Akses	Adanya jalan, kemudahan rute, tempat parkir, dan harga parkir yang terjangkau
3	Akomodasi	Adanya pelayanan penginapan (hotel, wisma, losmen dan lain-lain)
4	Fasilitas	Agen perjalanan, pusat informasi, salon, fasilitas kesehatan pemadam kebakaran, hydrant, (<i>Tourist Information Centre</i>), Plang inforasi, petugas yang memeriksa masuk dan keluarnya wisatawan
5	Transportasi	Adanya transportasi lokal yang nyaman, variatif yang menghubungkan akses masuk
6	<i>Catering Service</i>	Adanya pelayanan makanan dan minuman
7	Aktivitas Rekreasi	Terdapat sesuatu yang dilakukan dilokasi wisata, seperti berenang, terjun payung dsb
8	Pembelanjaan	Adanya tempat pembalian barang-barang umum
9	Komunikasi	Adanya televisi, telepon umum, radio, sinyal telepon seluler, dan internet akses
10	Sistem Perbankan	Adanya bank (berapa jumlah dan jenis bank dan ATM serta sebarannya)
11	Kesehatan	Poliklink/ jaminan ketersediaan pelayanan yang baik untuk penyakit yang mungkin diderita wisatawan
12	Keamanan	Adanya jaminan kemanan (petugas khusus kemanan, polisi wisata, pengawas pantai, rambu-rambu peringatan kepada wisatawan)
13	Kebersihan	Tempat sampah dan rambu-rambu tentang kebersihan
14	Sarana Ibadah	Terdapat salah satu sarana ibadah bagi wisatawan
15	Sarana Pendidikan	Terdapat salah satu sarana pendidikan formal
16	Sarana Olahraga	Terdapat alan dan perlengkapan untuk berolahraga

Sumber: Lothan A. Kreck dalam Yoeti (1996)

2.3 Tinjauan Tentang Aksesibilitas

2.3.1 Tinjauan Tentang Jaringan Jalan

Jalan adalah suatu prasarana perhubungan darat dalam bentuk apapun meliputi segala bagian jalan termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang diperuntukkan bagi lalu lintas (UU No.13 Tahun 1980). Sistem jaringan jalan dengan peranan pelayanan jasa distribusi untuk pengembangan semua wilayah di tingkat nasional dengan semua simpul jasa distribusi yang kemudian berwujud kota, membentuk sistem jaringan jalan primer (UU No. 13 tahun 1980).

1. Jaringan jalan primer

Sistem jaringan jalan yang disusun mengikuti ketentuan pengaturan tata ruang dan struktur ruang wilayah nasional, yang menghubungkan simpul-simpul jasa distribusi (PP RI No. 26 Tahun 1985).

2. Jalan arteri primer

Jalan yang secara efisien mengubungkan antar pusat kegiatan nasional atau antara pusat kegiatan nasional dengan pusat kegiatan wilayah.

3. Jalan kolektor primer

Jalan yang secara efisien menghubungkan antar pusat kegiatan nasional atau antara pusat kegiatan nasional dengan pusat kegiatan wilayah.

4. Jalan lokal primer

Jalan yang secara efisien menghubungkan pusat kegiatan nasional dengan persil atau pusat kegiatan wilayah dengan persil atau pusat kegiatan lokal dengan pusat kegiatan lokal, pusat kegiatan lokal dengan pusat kegiatan di bawahnya, pusat kegiatan lokal dengan persil, atau pusat kegiatan di bawahnya sampai persil.

2.3.2 Tinjauan Tentang Halte

A. Halte

Tempat perhentian kendaraan penumpang umum (TPKPU) terdiri dari halte dan tempat perhentian bus. Halte adalah tempat perhentian kendaraan penumpang umum untuk menurunkan dan/atau menaikkan penumpang yang dilengkapi dengan bangunan (Pedoman Teknis Perencanaan Tempat Perhentian Kendaraan Penumpang Umum). Penentuan jarak antara halte/TPB dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. 2
Penentuan Jarak antara Halte (TPB)

No	Tata Guna Lahan	Lokasi	Jarak Tempat Henti (m)
1	Pusat kegiatan sangat padat: pasar, pertokoan	CBD, Kota	200-300
2	Padat : perkantoran, sekolah, jasa	Kota	300-400
3	Permukiman	Kota	300-400
4	Campuran padat : perumahan, sekolah, jasa	Pinggiran	300-500
5	Campuran jarang : perumahan, ladang, sawah, tanah kosong	Pinggiran	400-1000

Sumber: Pedoman Teknis Perencanaan Tempat Perhentian Kendaraan Penumpang Umum

Jarak pejalan kaki untuk mengakses halte atau terminal dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu dalam jarak dekat (0-100m), sedang (200-400m) dan jarak jauh (>400m), membutuhkan kenyamanan fisik yang meliputi bangku, halte dan selasar peneduh. (Utami, 2016)

2.3.3 Tinjauan Tentang Tingkat Pelayanan Jalan

Kinerja atau tingkat pelayanan jalan menurut US-HCM adalah ukuran kualitatif yang digunakan di Amerika dan menerangkan kondisi operasional dalam arus lalu-lintas dan penilaiannya oleh pemakai jalan. Dinyatakan dalam kecepatan, waktu tempuh, kebebasan bergerak, interupsi lalu-lintas, keenakan kenyamanan, dan keselamatan. (MKJI, 1997)

Kinerja ruas jalan pada umumnya dapat dinyatakan dalam kecepatan, waktu tempuh, kebebasan bergerak, kenyamanan, keamanan atau keselamatan pengemudi. Ukuran-ukuran kuantitatif berikut ini dapat menerangkan kondisi operasional fasilitas lalu-lintas seperti kapasitas, derajat kejenuhan, kecepatan rata-rata, waktu tempuh, tundaan, peluang antrian, rasio kendaraan terhenti. Berdasarkan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 14 Tahun 2005 tentang Karakteristik Tingkat Pelayanan atau Level of Services (LOS) adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 4
Karakteristik Tingkat Pelayanan

Tingkat Pelayanan	Karakteristik	Batas Lingkup (V/C)
A	Kondisi arus bebas dengan kecepatan tinggi, pengemudi dapat memilih kecepatan yang diinginkan tanpa hambatan	0,0-0,20
B	Arus stabil, tetapi kecepatan operasi mulai dibatasi oleh kondisi lalu-lintas. Pengemudi memiliki kebebasan yang cukup untuk memilih kecepatan	0,21-0,44
C	Arus stabil, tetapi kecepatan dan gerak kendaraan dikendalikan, pengemudi dibatasi dalam memilih kecepatan	0,45-0,74
D	Arus mendekati tidak stabil, kecepatan masih dikendalikan, Q/C masih dapat ditolerir	0,75-0,84
E	Volume lalu lintas mendekati/berada pada kapasitas arus tidak stabil, terkadang berhenti	0,85-1,00
F	Arus yang dipaksakan/macet, kecepatan rendah, V diatas kapasitas, antrian panjang dan terjadi hambatan-hambatan yang besar	>1,00

Sumber: MKJI (1997)

2.3.4 Tinjauan Tentang Angkutan Umum

Angkutan umum merupakan moda angkutan yang dirancang dan dipilih untuk melalui prasarana jalan sesuai dengan fungsi dan hirarkinya dalam rangka mengimbangi perkembangan pergerakan asal tujuan manusia dan barang. Komponen sarana angkutan umum meliputi:

1. Jenis kendaraan yang digunakan
2. Dimensi dan desain kendaraan

Moda angkutan yang diuraikan disini melalui penelitian (Abdulhaji 2016) adalah kendaraan bermotor, karena dinilai merupakan masalah yang paling dominan didalam lalu lintas perkotaan sehingga tidak mencakup moda yang lain. Moda angkutan kendaraan bermotor yang dimaksud, dapat dibagi secara umum sebagai berikut:

1. Angkutan pribadi
 - a. Sedan
 - b. Jeep
 - c. Pick up

- d. Sepeda motor, dll.
2. Angkutan umum
 - a. Bus
 - b. Metromini/ bus
 - c. Mikrolet, dll.
3. Angkutan barang
 - a. Berbagai macam bus
 - b. Berbagai macam kontainer, dll.

2.4 Tinjauan Tentang *Stakeholder*

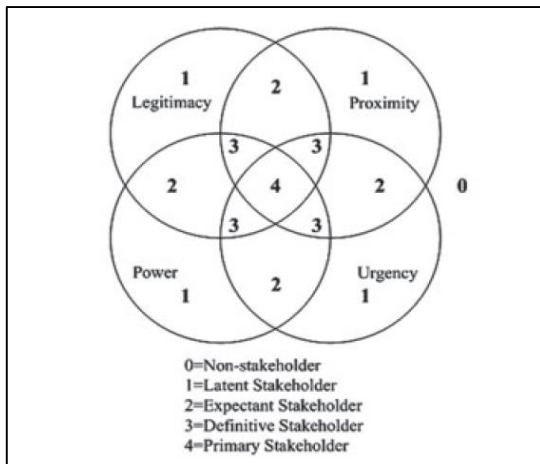
Secara umum *stakeholder* dapat diartikan sebagai kelompok atau individu yang memiliki keterkaitan, kepentingan dan perhatian terhadap suatu obyek berupa masalah, organisasi, kebijakan, program, proyek, bangunan fisik dan lainnya. Kelompok atau individu tersebut memberi pengaruh dan terkena pengaruh baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap obyek tersebut (Rahman, 2012).

2.4.1 Jenis-Jenis *Stakeholder*

Stakeholder dapat dikelompokkan kedalam beberapa jenis berdasarkan perspektif disiplin keilmuan. Jenis-jenis *stakeholder* dalam keilmuan tentang perencanaan publik terdiri dari pembuat kebijakan, pimpinan organisasi, perencana, warga negara, pembayar pajak, komunitas pengembang, karyawan, masyarakat dan generasi yang akan datang. Adapun upaya dalam mengidentifikasi *stakeholder* yaitu dengan kriteria:

1. Dapat dipengaruhi dan mempengaruhi suatu kebijakan
2. Dapat terkena dampak secara langsung dan tidak langsung dari suatu kegiatan

Stakeholder juga dapat dikelompokkan berdasarkan signifikansi dan nilai strategis masing-masing *stakeholder* sehingga dapat diperoleh beberapa kriteria antara lain *power*, legitimasi, urgensi dan proksimitas (Pamadi, 2008). Berdasarkan penjelasan diatas, berikut ini merupakan bagan terbentuknya kelompok *stakeholder* yang ditunjukkan oleh



Gambar 2. 1 Pembentukan kelompok stakeholder
 Sumber: Pamadi (2008)

2.4.2 Stakeholder Pariwisata

Stakeholder dalam sektor pariwisata secara umum merupakan pihak-pihak yang memiliki kepentingan atau perhatian dan berpengaruh serta terkena dampak secara langsung dari adanya kegiatan wisata (Rahman, 2012). *Stakeholder* dalam sektor pariwisata berperan dalam mengambil keputusan bersama untuk kebijakan pengembangan pariwisata sehingga mampu mengelola obyek wisata. *Stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan pariwisata bertugas untuk melakukan integrasi over terhadap komponen-komponen dalam pariwisata. *Stakeholder* dalam pariwisata yang terdiri dari:

Stakeholder yang berperan dalam pariwisata tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian sesuai dengan peran masing-masing, yaitu:

1. Pemerintah

Stakeholder ini memiliki peran penting sebagai pemegang otoritas, fasilitator, regulator, penghubung dengan stakeholder lain dan merencanakan pengembangan objek wisata. Selain itu, pemerintah juga memiliki peran dalam menjaga keberlanjutan aspek sosial budaya yaitu bekerjasama dengan komunitas lokal, mengadakan program pendidikan dan pelatihan untuk memperbaiki dan mengelola warisan budaya, menjamin perlindungan budaya asli atau adat terutama pengetahuan tradisional dan mampu menumbuhkan kemampuan komunitas untuk mempertahankan serta menggunakan keahlian tradisional. Yang termasuk ke dalam jenis *stakeholder* ini antara lain pemerintah provinsi dan kota seperti dinas kebudayaan dan kepariwisataan

2. Masyarakat

Partisipasi masyarakat sangat penting dilakukan dalam pelestarian pengembangan lingkungan dan budaya, serta dalam pengelolaan obyek wisata. Pihak masyarakat yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah masyarakat lokal pemerhati dan pecinta budaya. Peran masyarakat tersebut dituntut agar mampu menjaga kelestarian keanekaragaman budaya dan keberadaan komunitas lokal.

2.4.3 Tinjauan Tentang Wisatawan

Berdasarkan Undang – Undang No. 9 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pengertian wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan pengertian 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 (tidak menetap)

Pitana, dkk (2005: 43-44) menjelaskan bahwa orang yang melakukan perjalanan wisata disebut wisatawan atau tourist. *United Nation Conference on Travel and Tourism di Roma (1963)* memberikan batasan yang lebih umum, tetapi dengan menggunakan istilah visitor (pengunjung), yaitu: “Setiap orang yang mengunjungi Negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya, untuk berbagai tujuan, tetapi bukan untuk mencari pekerjaan atau penghidupan dari Negara yang dikunjungi”. IUOTO (International Union of Official Travel Organization) dalam Pitana, dkk (2005: 43-44) memberikan batasan dan membedakan visitor menjadi dua, yakni (1) wisatawan (tourist), yaitu mereka yang mengunjungi suatu daerah lebih dari 24 jam; dan (2) pelancong/ pengunjung (excursionists), yaitu mereka yang tinggal di tujuan wisata kerang dari 24 jam.

2.5 Tinjauan Tentang Bus Wisata

Rute wisata menurut Thor Flognfeldt jr. (2005) adalah rute dari perjalanan berkeliling dengan mobil pribadi atau kendaraan rekreasi telah disediakan. Pengguna mobil pribadi dapat lebih leluasa untuk memilih rute dari perjalanan yang diinginkan. Rute ini pada umumnya dibuat untuk wisatawan yang menginap ditempat yang sama selama beberapa hari, atau hanya lewat untuk beberapa saat.

2.5.1 Tinjauan Tentang Rute Bus Wisata

A. Rute Wisata Bus Werkudara Solo

Solo memiliki bus wisata yaitu bus tingkat wisata Werkudara. Menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Solo, bus tingkat ini hanya ditawarkan kepada wisatawan yang ingin berkeliling Solo. Lokasi yang bisa dituju, antara lain Keraton Surakarta, Kampung

Batik Kauman dan Laweyan, Mangkunegaran, Museum Radya Pustakan dan sejumlah tempat lainnya. Bus tingkat dapat mengantar wisatawan sesuai keinginannya.



Gambar 2. 2 Rute wisata bus werkudara

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Solo

B. Rute Wisata Bus Jakarta Exploler

Menurut PT Trans Jakarta tahun 2016 Bus Jakarta Explorer saat ini memiliki 4 rute wisata yang berbeda. Bus ini beroperasi dengan menelusuri ikon dan landmark yang ada di kota Jakarta. Bus wisata ini juga dilengkapi dengan audio yang menjelaskan latar belakang dari lokasi-lokasi yang disinggahi serta bus *attendant* (*On Board*) yang juga dapat memberikan penjelasan mengenai ikon-ikon kota Jakarta yang dilewati oleh bus tersebut. Masing-masing rute wisata bus Jakarta Exploler memiliki 8-16 pemberhentian.



Gambar 2. 3 Rute wisata bus Jakarta Exploler I

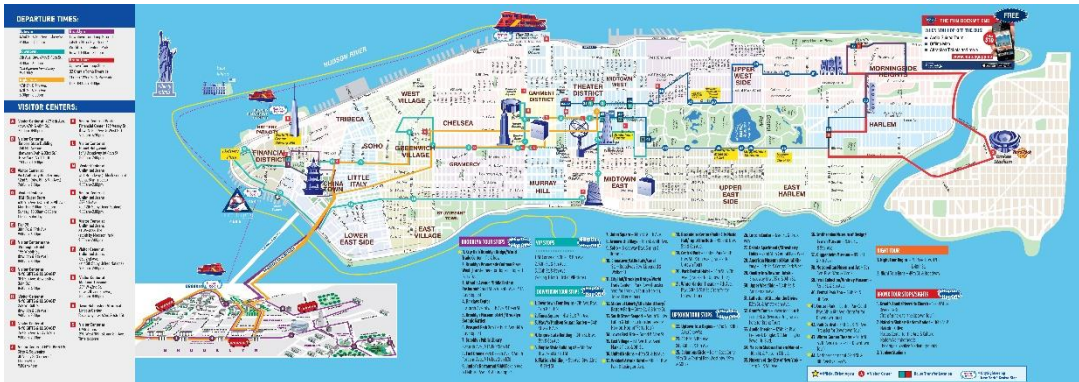
Sumber: PT. Trans Jakarta



Gambar 2. 4 Rute wisata bus Jakarta Explorer II
 Sumber: PT. Trans Jakarta

C. Rute Wisata Bus Wisata New York

Bus wisata di New York memiliki 5 jenis rute wisata, yaitu *night tour*, *downtown tour*, *uptown tour*, *Brookly Tour* dan *Bronx Tour*, masing-masing rute wisata tersebut memiliki 15-23 tempat pemberhentian.



Gambar 2. 5 Rute Wisata Bus New York
 Sumber: New York Hop On Hop Off Tour

D. Rute Wisata Bus Wisata Nagoya Jepang

Rute wisata di Kyoto memiliki rute wisata yang melewati 17 titik objek destinasi tujuan wisata.



Gambar 2. 6 Rute Wisata Bus Kyoto Jepang
Sumber: Kyoto Loop Touris

2.6 Tinjauan Kebijakan

2.6.1 RTRW Kota Malang

Penataan ruang Kota Malang diselenggarakan berdasarkan asas keterpaduan, keserasian, keselarasan dan keseimbangan, keberlanjutan, keberdayagunaan dan keberhasilgunaan, keterbukaan, kebersamaan dan kemitraan, perlindungan kepentingan umum, kepastian hukum dan keadilan, akuntabilitas, dan kesinambungan dalam lingkup Kota Malang yang berwawasan lingkungan dan kaitannya dengan Provinsi Jawa Timur dan daerah otonom sekitar. Pembangunan Kota Malang diarahkan menuju visi “Terwujudnya Kota Malang sebagai Kota Pendidikan yang Berkualitas, Kota Sehat dan Ramah Lingkungan, Kota Pariwisata yang Berbudaya, Menuju Masyarakat yang Maju dan Mandiri”.

Berdasarkan visi tersebut dijabarkan pula misi penataan ruang wilayah Kota Malang adalah:

1. Mewujudkan dan Mengembangkan Pendidikan yang Berkualitas;
2. Mewujudkan Peningkatan Kesehatan Masyarakat;
3. Mewujudkan Penyelenggaraan Pembangunan yang Ramah Lingkungan;
4. Mewujudkan Pemerataan Perekonomian dan Pusat Pertumbuhan Wilayah Sekitarnya;
5. Mewujudkan dan Mengembangkan Pariwisata yang Berbudaya;
6. Mewujudkan Pelayanan Publik yang Prima.

Pola ruang Kota Malang mengatur tentang kawasan Pariwisata yang diselenggarakan melalui pengembangan Rencana Pariwisata. Kota Malang saat ini ditinjau dari pariwisata, kekuatan terbesar terletak pada pusat pelayanan sarana wisata terutama pada akomodasi, perbelanjaan, fasilitas umum dan sosial, serta jasa (bank, *money changer*, *rent car*, dan lain-lain). Adanya berbagai lahan yang dimanfaatkan secara multifungsi dapat menambah daya tarik dan menimbulkan nilai tambah pada kawasan. Pemanfaatan ruang untuk daya tarik wisata di Kota Malang cenderung mengandalkan pada wisata buatan dengan berbagai daya tarik komersial, namun tidak menutup peluang juga terdapat beberapa wisata alam yang dapat ditingkatkan pengembangannya secara fisik dan non fisik sehingga dapat berfungsi dan bernilai tambah. Kawasan obyek wisata yang diprioritaskan dikembangkan antara lain adalah :

1. Stadion Gajayana

Rencana pengembangan Stadion Gajayana berupa sebuah kompleks wisata terpadu yang diberi nama “Mal Olympic Garden”, yang memadukan konsep olahraga, belanja dan kemewahan dengan *tagline sport, shopping and splendour*. Konsep olahraga diwujudkan dalam bentuk mall sedangkan konsep *splendour* diwujudkan dalam bentuk hotel bintang empat dengan segala fasilitas pendukungnya. Daya tarik yang akan dikembangkan antara lain kegiatan olahraga, wisata belanja, akomodasi serta kuliner.

2. Perpustakaan Umum dan Arsip Kota Malang

Perpustakaan umum dan arsip Kota Malang terdiri atas tiga lantai yang mewakili tiap fungsi. Pada lantai satu terdapat area publik berupa lobby, ruang locker, serta kantor pengelola. Lantai dua terdiri atas ruang koleksi dan ruang baca serta loket peminjaman dan pengembalian pustaka. Lantai tiga merupakan ruang pertemuan dan kantor stasiun televisi lokal yaitu Mahameru TV. Daya tarik yang dikembangkan antara lain kegiatan membaca, seminar dan *workshop, book fair*, aneka lomba, acara bedah buku dan diskusi interaktif, pusat teknologi informasi, dan kegiatan penelitian.

3. Taman Rekreasi Tlogomas Permai

Taman rekreasi dengan kondisi fisik berupa paduan alami antara tebing yang curam, mata air yang selalu mengalir, pepohonan yang rindang dan aliran sungai Brantas dilengkapi dengan sarana olahraga. Daya tarik yang dapat dikembangkan antara lain kegiatan bermain anak, kegiatan olahraga air, kegiatan budaya, kegiatan olahraga, kegiatan belanja, kegiatan makan minum.

4. Industri Keramik Dinoyo

Merupakan kawasan yang sebagian penduduknya memiliki usaha pembuatan dan penjualan keramik dan gips. Daya tarik yang dikembangkan antara lain : kegiatan belanja, kegiatan budaya, kegiatan bermuatan edukatif, kegiatan pelesir, kegiatan pusat data, informasi dan komunikasi.

5. Malang Town Square (MATOS) dan Malang Olympic Garden (MOG)

Pusat perbelanjaan terbesar di Kota Malang yang terletak di Jalan Veteran dan Jalan Kawi ini memiliki *entrace* yang lebar dan luas dilengkapi fasilitas area duduk di halaman depannya. Memiliki pengolahan *landscape* yang baik serta tata lampu yang meriah dan semarak saat malam hari. Daya tarik yang dikembangkan antara lain kegiatan belanja, pameran, lomba dan *event entertainment*, dan kegiatan makan minum.

6. Kawasan Alun-Alun Merdeka Malang

Merupakan pusat Kota Malang dan telah menjadi symbol Kota Malang. Berupa sebuah ruang terbuka/plasa dengan penataan *landscape* yang menarik. Memiliki sebuah kolam air mancur pada pusatnya. Sejak dahulu merupakan tempat berkumpulnya warga kota baik muda-mudi maupun keluarga untuk melepas lelah atau berekreasi. Daya tarik yang dikembangkan antara lain tempat bermain anak, pentas kesenian khas Malang, pusat jajanan khas Malang, tempat berekreasi dan bersantai. Sedangkan untuk kawasan obyek wisata pendukung yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata antara lain adalah

7. Hutan Kota Malabar

Ruang terbuka hijau dengan konsep hutan lindung yang terletak di tengah pusat Kota Malang. Memiliki koleksi vegetasi yang beragam dengan dominasi pohon-pohon yang rindang, memberikan suasana sejuk dan tenang. Daya tarik yang dikembangkan antara lain kegiatan berjalan bagi anak-anak, kegiatan rekreasi bagi umum.

8. Kompleks Perguruan Tinggi

Merupakan beberapa Universitas dan Institut yang memiliki lokasi berdekatan dan dikelilingi berbagai fasilitas penunjang pendidikan sehingga diharapkan dapat mengimplementasikan simbol Kota Malang sebagai Kota Pendidikan. Daya tarik yang dikembangkan antara lain: wisata edukatif berupa tour mengelilingi kompleks perguruan tinggi. Rencana fasilitas utama yang dikembangkan antara lain: penyediaan sarana transportasi di masing-masing universitas untuk mendukung rencana tersebut serta sarana dan prasarana yang lainnya.

9. Taman Rekreasi Kota Malang

Taman Rekreasi yang mewadahi beberapa macam kegiatan seperti olahraga, pendidikan, dan belanja serta playground. Dibangun untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan sarana rekreasi di tengah kota yang baik kondisinya dan terjangkau. Daya tarik yang dikembangkan antara lain kegiatan olahraga, kegiatan pendidikan, kegiatan belanja, kegiatan rekreasi anak, kegiatan hiburan dan pertunjukan.

10. Industri Tempe Sanan

Merupakan kawasan yang sebagian penduduknya memiliki mata pencaharian sebagai pengrajin tempe dan hasil olahannya. Hampir setiap rumah memiliki ruang usaha berupa showroom kecil. Daya tarik yang dikembangkan antara lain: kegiatan belanja, kegiatan bermuatan edukatif, dan kegiatan pelesir.

11. Pasar Besar Malang

Pasar tradisional yang menjual berbagai macam komoditas mulai bahan makanan mentah hingga alat rumah tangga sampai bahan sandang dengan harga terjangkau, lebih murah daripada harga toko dan mall. Memiliki nilai sejarah yang cukup tinggi karena merupakan pusat akulturasi budaya antara pedagang dari kaum Arab, Cina, dan Pribumi pada masa lampau. Daya tarik yang dapat dikembangkan antara lain adalah kegiatan belanja dan kuliner dan tour bangunan kuno.

12. Kawasan Alun-Alun Tugu

Ruang terbuka Hijau dengan elemen Monumen Tugu sebagai pusat dikelilingi kolam yang ditumbuhi teratai. Merupakan simbol Kota Malang sekaligus sebagai satu kesatuan dengan Gedung Balai Kota, pusat pemerintahan Kota Malang. Monumen Tugu dikelilingi bangunan SMAN Tugu (SMAN 1, SMAN 3 dan SMAN 4), Hotel Tugu dan Splendid Inn, SKODAM V Brawijaya dan Gedung DPRD.

Daya tarik yang dikembangkan antara lain tour bangunan bersejarah, kegiatan pendidikan, pameran dan expo, menginap di hotel. Peningkatan obyek wisata yang ada dan pengembangan obyek wisata berdasarkan potensi dan pangsa pasar obyek wisata yang disenangi oleh wisatawan lokal, domestik, maupun mancanegara :

1. Peningkatan Taman Wisata Senaputra dan Pemandian Tlogomas;
2. Peningkatan fungsi dan peran Museum Brawijaya;
3. Perlindungan dan pelestarian bangunan bersejarah, misalnya: bangunan sepanjang Jalan Ijen, Balai Kota Malang, Stasiun Kereta Api, Bank Indonesia, Gereja Cathedral Hati Kudus, Sekolah Cor-Jessu, Gedung PLN, bangunan sepanjang Jalan Semeru, Hotel Pelangi, Hotel Graha Cakra dan lain-lain.

4. Peningkatan tempat-tempat khusus pada sarana dan prasarana wisata sebagai daya tarik wisata seperti pasar bunga, pasar burung, kampung tradisional, gardu pandang dan lain sebagainya;

Untuk menarik kunjungan wisatawan di Kota Malang selain yang diatas, kegiatan promosi, publikasi, dan informasi wisata sangat penting sekali atau bisa dikatakan sangat vital dalam hal pengembangan pariwisata, sehingga promosi dan publikasi, serta informasi.

2.6.2 RIPPDA Kota Malang

Arah kebijakan pembangunan daya tarik wisata Kota Malang meliputi pembagian zona pengembangan pariwisata daerah. Arah kebijakan pembangunan daya tarik wisata meliputi kebijakan pengembangan :

1. Kawasan Malang Tengah yaitu wilayah Kecamatan Klojen, sebagai kawasan pusat wisata peribadatan, perbelanjaan, perdagangan dan kuliner, di dukung dengan sarana olahraga, dan pendidikan dengan memperhatikan konservasi kawasan lindung dan pengembangan ruang terbuka hijau.
2. Kawasan Malang Utara yaitu wilayah Kecamatan Lowokwaru, sebagai kawasan berbasis industri keramik, Wisata buatan dan wisata budaya dengan memperhatikan luas ruang terbuka hijau.
3. Kawasan Malang Timur Laut, yaitu wilayah Kecamatan Blimbing, sebagai kawasan terminal, industri rotan dan kripik tempe, perdagangan dan jasa, di dukung dengan pendidikan dan sarana olah raga serta pengembangan ruang terbuka hijau.
4. Kawasan Malang Timur, yaitu wilayah Kecamatan Kedungkandang. Sebagai kawasan sarana olahraga/Sport Centre (GOR Ken Arok), Gedung Convention Center, dan industri teropong padang burung.
5. Kawasan Malang Barat, yaitu wilayah Kecamatan Sukun, sebagai kawasan pendidikan, wisata buatan lembah dieng perdagangan plaza dieng dan kegiatan jasa.
6. Kawasan Malang Tenggara, meliputi wilayah sebagian Kecamatan Sukun dan sebagian Kecamatan Kedung kandang, sebagai perdagangan dan jasa.

Strategi pengembangan kawasan Malang tengah sekitarnya dengan cara mengembangkan:

1. Daya Tarik Wisata berbasis Pendidikan: Perpustakaan dan Arsip, Komplek Perguruan Tinggi, Kompleks Toko Buku Bekas Wilis;
2. Daya Tarik Wisata berbasis Ruang Terbuka Hijau: Stadion Gajayana, Hutan Kota Malabar, Jalan Besar Ijen Boulevard, Alun-alun Merdeka, Alun alun Tugu;

3. Daya Tarik Wisata berbasis Taman Rekreasi: Taman Rekreasi Kota, Taman Senaputra;
4. Daya Tarik Wisata berbasis Sejarah dan Budaya : Musium Brawijaya, Musium Bentul, Balai Kota Malang, Gedung PLN, Corjesu, Toko OEN, Bangunan Kolonial Jalan Ijen, Patung Pahlawan Trip;
5. Daya Tarik Wisata berbasis Belanja : Pasar Burung, Pasar Bunga splendid, Pasar Besar, Malang Olympic Garden (MOG), Pasar Comboran, Malang Town Square (MATOS);
6. Daya Tarik Wisata berbasis Peribadatan: Masjid Jami“, Gereja Ijen, Gereja Kayutangan;
7. Daya tarik wisata dan wisata kuliner berbasis pada cipta rasa karya Kota Malang.
Strategi pengembangan Kawasan Malang Utara dan sekitarnya, dengan cara mengembangkan:
 1. Daya Tarik Wisata berbasis Wisata Buatan: Telogo Mas;
 2. Daya Tarik Wisata berbasis Sejarah dan Budaya: Musium Mpu Purwa, Taman Krida Budaya;
 3. Daya Tarik Wisata berbasis Wisata Industri: Sentra Industri Keramik Dinoyo;
 4. Daya Tarik Wisata berbasis Pendidikan: Kompleks Perguruan Tinggi;
 5. Daya tarik wisata dan wisata kuliner berbasis pada cipta rasa karya Kota Malang.
Strategi pengembangan Kawasan Malang Timur Laut dan sekitarnya, dengan cara mengembangkan:
 1. Daya Tarik Wisata berbasis Wisata Industri: Sentra Industri Rotan Bale Arjosari, Sentra Industri Mebel Kemirahan, Sentra Industri Tempe Sanan
 2. Daya Tarik Wisata berbasis Belanja: Plasa Araya;
 3. Daya Tarik Wisata berbasis Ruang Terbuka Hijau dan Rekreasi: Kota Araya;
 4. Daya tarik wisata dan wisata kuliner berbasis pada cipta rasa karya Kota Malang
Strategi pengembangan Kawasan Malang Timur dan sekitarnya, dengan cara mengembangkan:
 1. Daya Tarik Wisata berbasis Olahraga: GOR Ken Arok, Sirkuit Sepeda Gunung, Velodrom;
 2. Daya Tarik Wisata berbasis Sejarah dan Budaya: Makam Ki Ageng Gribig;
 3. Dayatarik rintisan yaitu wisata terpadu Buring yang berbasis pada: wisata buatan dan rekreasi, pendidikan, Museum, Pasar seni, Outbond, pendidikan dan wisata permainan/ketangkasan;

4. Daya tarik wisata dan wisata kuliner berbasis pada cipta rasa karya Kota Malang.

Strategi Pengembangan kawasan Malang Barat dan sekitarnya, dengan cara mengembangkan:

1. Daya Tarik Wisata berbasis Belanja: Plasa Dieng;
2. Daya Tarik Wisata berbasis Rekreasi: Istana Dieng/lembah dieng.

Strategi pengembangan Malang Tenggara dan sekitarnya, dengan cara mengembangkan:

1. Daya Tarik Wisata Buatan berbasis Rekreasi: Kolam Renang, Permainan Anak-anak
2. Daya Tarik Wisata berbasis Pendidikan.
- 3.

2.7 Tinjauan Tentang Analisis

Metode analisa yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa deskriptif, dan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

2.7.1 Analisa Analytical Hierarchy Process (AHP)

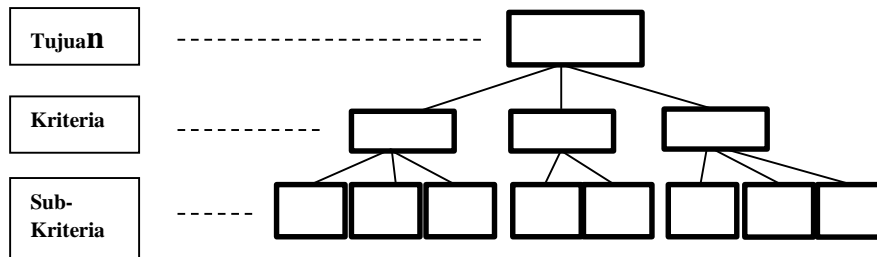
Analytical Hierarchy Process sebagai salah satu metode yang digunakan dalam menyelesaikan masalah yang mengandung banyak kriteria (*Multi-Criteria Decision Making*) yang dipelopori oleh Saaty pada tahun 1970. Menurut Falatehan (2016), dalam penelitian ini AHP digunakan karena terdapat lebih dari satu kriteria atau variabel yang perlu dipertimbangkan dalam penentuan alternatif pengembangan potensi objek destinasi tujuan wisata di Kota Malang. AHP bekerja dengan cara memberi prioritas kepada alternatif yang penting mengikuti kriteria yang telah ditetapkan. AHP memecah berbagai peringkat struktur hirarki berdasarkan tujuan, kriteria, sub-kriteria, dan pilihan atau alternatif (*decomposition*). AHP juga memperkirakan perasaan dan emosi (psikologi manusia) sebagai pertimbangan dalam membuat keputusan. Metode AHP didasarkan pada penilaian orang yang ahli di bidang yang sedang dipermasalahkan.

Peralatan utama AHP adalah suatu hirarki fungsional dengan input utamanya persepsi manusia. Keahlian, pengalaman, dan wawasan yang luas sangat diutamakan dalam data yang diperlukan untuk memberikan suatu penilaian yang tepat terhadap variabel keputusan yang dijadikan kriteria pemilihan. Untuk pengambilan suatu keputusan yang besar, metode AHP juga dapat melibatkan banyak orang atau kelompok. Partisipasi seringkali tidak mudah dalam pelaksanaannya. Hal yang diterapkan pada analisis AHP adalah kualitas dari responden, bukan kuantitas respondennya. Oleh karena itu, metode AHP dapat dilakukan hanya berdasarkan penilaian satu orang saja, dengan syarat orang tersebut merupakan orang yang ahli pada bidang yang dipermasalahkan. Walaupun hanya satu

orang, metode AHP mampu menyajikan suatu analisis kuantitatif serta kualitatif yang memadai. Tahapan kerja pengolahan data dengan menggunakan metode AHP terdiri dari:

1. Menyusun hirarki dari permasalahan yang dihadapi.

Persoalan yang akan diselesaikan, diuraikan menjadi unsur-unsurnya, yaitu kriteria dan alternatif, kemudian disusun menjadi struktur hirarki.



Gambar 2. 7 Penyusunan hirarki dari permasalahan dalam AHP

Sumber: Falatehan 2016

2. Penilaian kriteria dan alternatif

Kriteria dan alternatif dinilai melalui perbandingan berpasangan. Dalam perbandingan berpasangan ini digunakan skala 1 sampai 9 yang merupakan skala terbaik dalam mengekspresikan pendapat. Nilai dan definisi pendapat kualitatif dari skala perbandingan dapat dilihat pada **Tabel 2.4**.

Tabel 2. 5
Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan

Intensitas Kepentingan	Keterangan
1	Kedua elemen sama pentingnya
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting dari pada elemen yang lain
5	Elemen yang satu lebih penting daripada yang lainnya
7	Satu elemen jelas lebih mutlak penting daripada elemen lainnya
9	Satu elemen mutlak penting dari pada elemen lainnya
2,4,6,8	Nilai-nilai antara dua nilai pertimbangan-pertimbangan yang berdekatan

Sumber: Falatehan, 2016

Perbandingan dilakukan berdasarkan kebijakan pembuat keputusan dengan menilai tingkat kepentingan satu elemen terhadap elemen lainnya. Proses perbandingan berpasangan, dimulai dari level hirarki paling atas yang ditujukan untuk memilih kriteria, misalnya A, kemudian diambil elemen yang akan dibandingkan, misal A1, A2 dan A3. Selanjutnya susunan elemen-elemen yang dibandingkan tersebut akan tampak seperti **Tabel 2.6**.

Tabel 2. 6
Susunan Elemen-Elemen yang dibandingkan dalam AHP

	A1	A2	A3	A4
A1	1			
A2		1		
A3			1	
A4				1

Sumber: Falatehan, 2016

Untuk menentukan nilai kepentingan relatif antar elemen digunakan skala bilangan dari 1 sampai 9. Apabila suatu elemen dibandingkan dengan dirinya sendiri maka diberi nilai 1. Jika elemen *i* dibandingkan dengan elemen *j* mendapatkan nilai tertentu, maka elemen *j* dibandingkan dengan elemen *i* merupakan kebalikannya. Dalam AHP ini, penilaian alternatif dapat dilakukan dengan metode langsung (*direct*), yaitu metode yang digunakan untuk memasukan data kuantitatif. Nilai-nilai ini berasal dari sebuah analisis sebelumnya atau dari pengalaman dan pengertian yang detail dari masalah keputusan tersebut. Jika orang yang mengambil keputusan memiliki pengalaman atau pemahaman yang besar mengenai masalah keputusan yang dihadapi, maka dia dapat langsung memasukan pembobotan dari setiap alternatif.

3. Penentuan prioritas

Untuk setiap kriteria dan alternatif, perlu dilakukan perbandingan berpasangan (*pairwise comparisons*). Nilai-nilai perbandingan relatif kemudian diolah untuk menentukan peringkat alternatif dari seluruh. Baik kriteria kualitatif maupun kriteria kuantitatif dapat dibandingkan sesuai dengan penilaian yang telah ditentukan untuk menghasilkan bobot dan prioritas. Bobot dan prioritas dihitung dengan manipulasi matriks atau melalui penyelesaian persamaan matematik. Pertimbangan-pertimbangan terhadap perbandingan berpasangan disintesis untuk memperoleh keseluruhan prioritas melalui tahapan-tahapan berikut

- a. Kuadratkan matriks hasil perbandingan berpasangan.
- b. Hitung jumlah nilai dari setiap baris, kemudian lakukan normalisasi matriks.

4. Konsistensi logis

Semua elemen dikelompokkan secara logis dan diperingatkan secara konsisten sesuai dengan kriteria yang logis. Matriks bobot yang diperoleh dari hasil perbandingan secara berpasangan tersebut harus mempunyai hubungan kardinal dan ordinal. Hubungan tersebut dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Hubungan kardinal : $a_{ij} \cdot a_{jk} = a_{ik}$

Hubungan ordinal : $A_i > A_j, A_j > A_k$ maka $A_i > A_k$

Hubungan diatas dapat dilihat dari dua hal berikut

- Melihat preferensi multiplikatif, misalnya bila anggur lebih enak empat kali dari mangga dan mangga lebih enak dua kali dari pisang maka anggur lebih enak delapan kali dari pisang.
- Melihat preferensi transitif, misalnya anggur lebih enak dari mangga dan mangga lebih enak dari pisang maka anggur lebih enak dari pisang.

Pada keadaan sebenarnya akan terjadi beberapa penyimpangan dari hubungan tersebut, sehingga matriks tersebut tidak konsisten sempurna. Hal ini terjadi karena ketidak konsistenan dalam preferensi seseorang. Penghitungan konsistensi logis dilakukan dengan mengikuti langkah sebagai berikut

- Mengalikan matriks dengan prioritas bersesuaian
- Menjumlahkan hasil perkalian per baris
- Hasil penjumlahan tiap baris dibagi prioritas bersangkutan dan hasilnya dijumlahkan.
- Hasil c dibagi jumlah elemen, akan didapat λ maks
- Indeks Konsistensi (CI) = $(\lambda \text{ maks}-n)/(n-1)$
- Rasio Konsistensi = CI/RI, di mana RI adalah indeks random konsistensi. Jika rasio konsistensi $\leq 0,1$ maka hasil perhitungan data dapat dibenarkan.

Nilai RI didasarkan pada penelitian yang dilakukan Saaty (1993) yang ditunjukkan pada **Tabel 2.7**.

Tabel 2. 7
Nilai RI

Ukuran	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
RI	0,00	0,00	0,52	0,89	1,11	1,25	1,35	1,40	1,45	1,49	1,51	1,48	1,56	1,57	1,59

Sumber: Falatehan 2016

2.7.2 Analisa Deskriptif

Metode deskriptif ialah metode dengan cara terlebih dahulu menguraikan objek penelitian kemudian menganalisis dengan menggunakan teori tertentu hingga mendapatkan sebuah hasil (Ratna, 2010, p.467).

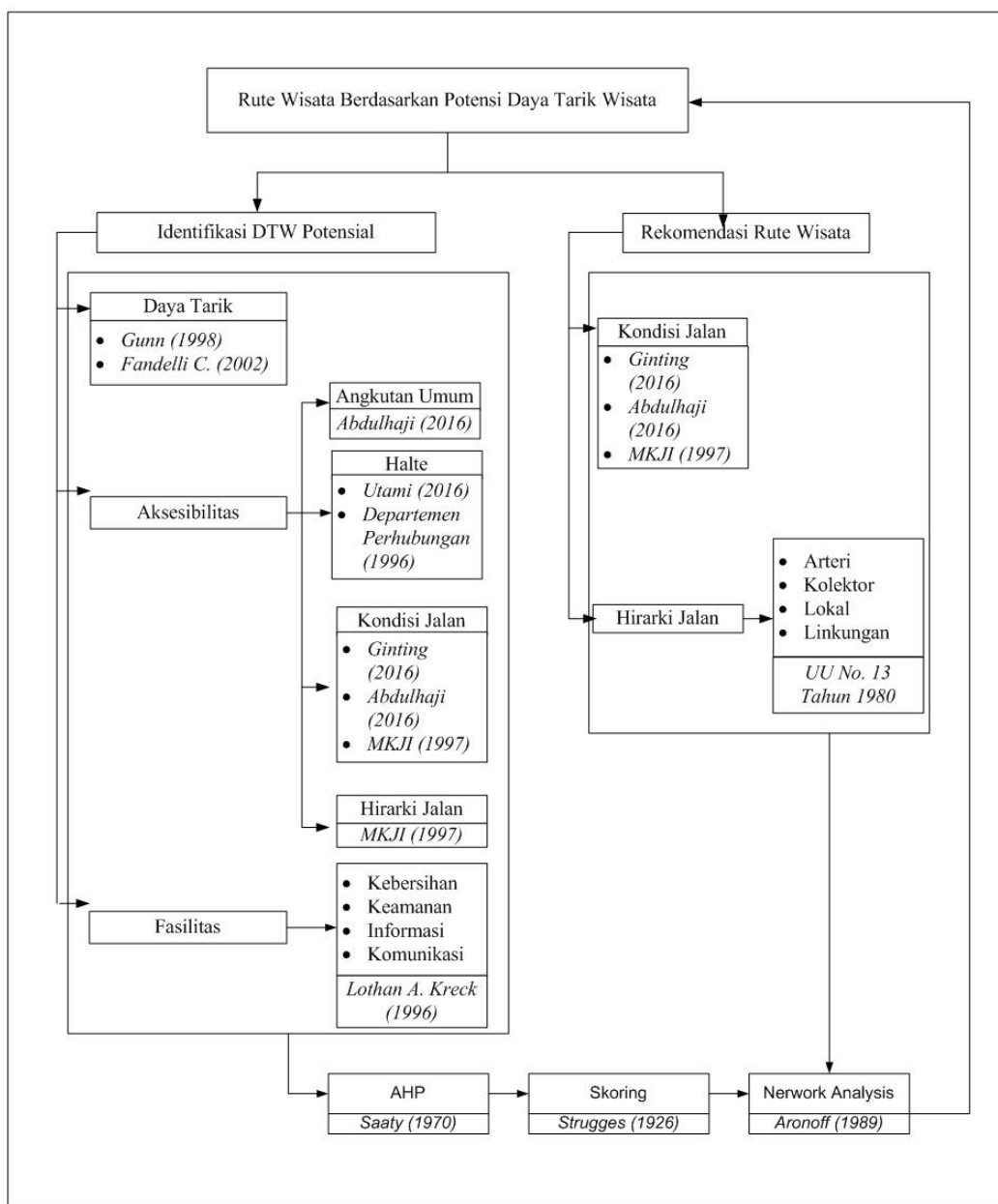
2.7.3 Analisa Network Analysis

Network Analysis adalah suatu sistem kenampakan garis yang dapat berupa suatu alur atau aliran. *Network Analysis* digunakan untuk menilai atau membuat alur dari suatu tempat

ke tempat yang lain (Oktanti, 2011). Menurut Aronoff (1989) peranan SIG dalam analisis network digunakan untuk memprediksi suatu muatan atau jangkauan, estimasi rute dan alokasi suatu muatan. Dalam pembuatan jalur wisata, analisis network digunakan untuk optimasi rute jalur wisata

2.8 Kerangka Teori

Kerangka teori adalah tahapan atau langkah-langkah yang akan digunakan untuk mendasari penelitian ini berdasarkan tinjauan pustaka. Adapun kerangka teori dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 8 Kerangka teori

Halaman ini sengaja dikosongkan