

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### 2.1 Pengertian Tentang Kepariwisataan

##### 2.1.1. Pengertian Pariwisata

Definisi pariwisata terdapat pada Undang-Undang No.10/2009 tentang Kepariwisataan, pada Bab I pasal I mengenai ketentuan umum. Berdasarkan isi pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa 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.

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Pariwisata adalah perpindahan sementara orang-orang kedaerah tujuan diluar tempat kerja dan tempat tinggal sehari-harinya, kegiatan yang dilakukannya adalah fasilitas yang digunakan ditujukan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya (Fandeli : 1995).

Menurut *Institute of Tourism in Britain* (1979) dalam Mutty (2015), pariwisata adalah kepergian orang-orang sementara dalam jangka waktu pendek ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan pekerjaan sehari-harinya serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada di tempat-tempat tujuan tersebut, mencakup kepergian untuk berbagai maksud, termasuk kunjungan seharian atau darmawisata.

Adapun jenis-jenis wisata antara lain:

1. Wisata Rekreasi, yaitu wisata yang dilakukan orang untuk memanfaatkan waktu libur di luar rumah. Kebanyakan wisata jenis ini dilakukan untuk menikmati keindahan alam.
2. Wisata Bahari, yaitu wisata dengan objek kawasan laut, misalnya menyelam, berselancar, berlayar, memancing, dan lainnya.
3. Wisata Alam, yaitu wisata dengan objek alam. Objek gunung, gua, sungai. Pada umumnya peminat objek ini adalah para remaja dan petualang.
4. Wisata Budaya, yaitu wisata yang menawarkan objek yang berupa tradisi dan budaya serta adat istiadat masyarakat yang unik.
5. Wisata Olahraga, yaitu wisata yang dilakukan dengan tujuan pertandingan dan meningkatkan prestasi olahraga.
6. Wisata Bisnis, yaitu perjalanan yang dilakukan untuk tujuan bisnis. Wisata jenis ini membutuhkan sarana penunjang bisnis yang baik.
7. Wisata Konvensi, yaitu wisata yang dilakukan ke suatu negara untuk keperluan rapat atau sidang.
8. Wisata Jenis Lain, yaitu keinginan dan ketertarikan masyarakat beraneka ragam. Perkembangan jenis wisata juga semakin banyak. Kini mulai populer dengan sebutan wisata sejarah, arkeologi, berburu, safari, fotografi, dan sebagainya.

### **2.1.2. Pelaku Pariwisata**

Pelaku pariwisata adalah setiap pihak yang berperan dan terlibat dalam kegiatan pariwisata. Adapun yang menjadi pelaku pariwisata menurut Damanik dan Weber (2006) adalah:

1. Wisatawan; adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan. Wisatawan memiliki beragam motif dan latar belakang (minat, ekspektasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya, dan sebagainya) yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan wisata. Dengan perbedaan tersebut, wisatawan menjadi pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata.
2. Industri Pariwisata/ Penyedia Jasa; adalah semua usaha yang menghasilkan barang dan jasa bagi pariwisata. Mereka dapat digolongkan ke dalam dua golongan utama, yaitu:
  - a) Pelaku Langsung, yaitu usaha-usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau yang jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Termasuk dalam kategori ini adalah hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, atraksi hiburan, dan lain-lain.
  - b) Pelaku Tidak Langsung, yaitu usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, misalnya usaha kerajinan tangan, penerbit buku atau lembaran panduan wisata, dan sebagainya.
3. Pendukung Jasa Wisata; adalah usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata tetapi seringkali bergantung pada wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk itu. Termasuk di dalamnya adalah penyedia jasa fotografi, jasa kecantikan, olahraga, penjualan BBM, dan sebagainya.
4. Pemerintah; sebagai pihak yang mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan

kebutuhan pariwisata. Tidak hanya itu, pemerintah juga bertanggungjawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata. Kebijakan makro yang ditempuh pemerintah merupakan panduan bagi stakeholder yang lain dalam memainkan peran masing-masing.

5. Masyarakat Lokal; adalah masyarakat yang bermukim di kawasan wisata. Mereka merupakan salah satu aktor penting dalam pariwisata karena sesungguhnya merekalah yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. Selain itu, masyarakat lokasi merupakan pemilik langsung atraksi wisata yang dikunjungi sekaligus dikonsumsi wisatawan. Air, tanah, hutan, dan lanskap yang merupakan sumberdaya pariwisata yang dikonsumsi oleh wisatawan dan pelaku wisata lainnya berada di tangan mereka. Kesenian yang menjadi salah satu daya tarik wisata juga hampir sepenuhnya milik mereka. Oleh sebab itu, perubahan-perubahan yang terjadi di kawasan wisata akan bersentuhan langsung dengan kepentingan mereka.
6. Lembaga Swadaya Masyarakat; merupakan organisasi non-pemerintah yang sering melakukan aktivitas kemasyarakatan di berbagai bidang, termasuk di bidang pariwisata.

## **2.2 Dampak Ekonomi Wisata**

Pariwisata merupakan fenomena yang komposit dan memberikan pengaruh karena adanya perbedaan hubungan karakteristik wisatawan dengan karakteristik destinasi. Pengaruh pariwisata terjadi dengan asumsi sebagai berikut: ada serangkaian variabel yang berhubungan dengan cara bagaimana ia

mempengaruhi sifat, arah, dan besaran dampak pariwisata; memberikan dampak secara perlahan dan berinteraksi antar sesama variabel; beroperasi secara berkelanjutan, yang berubah-ubah seiring dengan waktu dan seiring dengan permintaan wisata serta perubahan struktur dalam industri pariwisata; merupakan hasil dari proses yang rumit dalam hubungan antara wisatawan, tuan rumah, dan lingkungan di destinasi wisata; dan penilaian dampak harus meliputi seluruh tahap pengalaman berwisata mulai dari persiapan, perjalanan, selama berkunjung, dan setelah perjalanan (Aryunda : 2011).

Pariwisata memberikan keuntungan sebagai dampak positif dan kerugian sebagai dampak negatif. Beberapa keuntungan dari pariwisata terhadap perekonomian di antaranya adalah sebagai berikut: salah satu sumber devisa negara; menghasilkan pendapatan bagi masyarakat; menghasilkan lapangan pekerjaan; meningkatkan struktur ekonomi, peningkatan pendapatan masyarakat dari industri pariwisata menjadikan struktur ekonomi masyarakat menjadi lebih baik, masyarakat dapat memperbaiki kehidupan dari bekerja di industri pariwisata; membuka peluang investasi; mendorong aktivitas wirausaha (*enterpreneurships*).

Menurut Vanhove (2005), dampak ekonomi terbagi menjadi tiga bagian, yaitu dampak langsung (*direct*), tidak langsung (*indirect*) dan lanjutan (*induced*). Dampak langsung yaitu dampak yang ditimbulkan dari pengeluaran wisatawan yang langsung. Dampak tidak langsung (*indirect*) adalah aktivitas ekonomi lokal dari pembelanjaan unit usaha penerima dampak langsung. Dampak ini ditimbulkan dari unit usaha yang menerima dampak langsung akan memerlukan input (bahan baku dan tenaga kerja) dari sektor lain. Dampak lanjutan (*induced*) adalah aktivitas ekonomi lokal lanjutan dari tambahan

pendapatan lokal (dampak lanjutan dari dampak langsung dan dampak tidak langsung. Dampak ekonomi lanjutan (induced Impact) merupakan dampak ekonomi yang diperoleh berdasarkan pengeluaran yang dikeluarkan oleh tenaga kerja. Dampak ini ditimbulkan dari masyarakat lokal yang didukung secara langsung maupun tidak langsung oleh kegiatan wisata membelanjakan pendapatan mereka di daerahnya.

### 2.3 Pengunjung dan Karakteristiknya

Bila diperhatikan, orang-orang yang datang berkunjung disuatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung yang terdiri dari beberapa orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan termasuk didalamnya adalah wisatawan, sehingga tidak semua pengunjung termasuk wisatawan.

Menurut Smith (1989) dalam Aryunda (2011), karakteristik pengunjung dapat dibedakan ke dalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata. Dalam hal ini karakteristik pengunjung memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap pengembangan pariwisata. Tidak dapat diterapkan secara langsung langkah-langkah yang harus dilakukan hanya dengan melihat karakteristik pengunjung, melainkan perlu melihat keterkaitan dengan persepsi pengunjung.

Pengunjung pada suatu objek wisata memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan melakukan kunjungan ke suatu objek wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia

pariwisata sehingga dalam menyediakan produk dapat sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung.

Adapun karakteristik pengunjung meliputi:

1. Jenis kelamin yang dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan
2. Usia adalah umur responden pada saat survei
3. Kota atau daerah asal adalah daerah tempat tinggal responden
4. Tingkat pendidikan responden
5. Status pekerjaan responden
6. Status perkawinan responden
7. Pendapatan perbulan responden

Sedangkan pola kunjungan responden merupakan alasan utama perjalanan adalah motif atau tujuan utama dilakukannya perjalanan tersebut meliputi:

1. Maksud kunjungan yang merupakan tujuan utama melakukan perjalanan wisata.
2. Frekuensi kunjungan adalah banyaknya kunjungan ke objek wisata yang pernah dilakukan oleh responden.
3. Teman perjalanan adalah orang yang bersama-sama dengan responden melakukan perjalanan wisata.
4. Lama Waktu kunjungan adalah jumlah waktu yang dihasilkan responden selama berada di objek wisata.
5. Besar pengeluaran adalah jumlah pengeluaran atau biaya selama melakukan perjalanan wisata.

## 2.4 Permintaan Wisata

Permintaan rekreasi adalah banyaknya kesempatan rekreasi yang diinginkan oleh masyarakat atau gambaran keseluruhan partisipasi masyarakat dalam kegiatan rekreasi secara umum yang dapat diharapkan, bila fasilitas-fasilitas yang tersedia cukup memadai dan dapat memenuhi keinginan masyarakat. Permintaan wisata dapat dibagi menjadi permintaan yang potensial dan permintaan yang aktual (nyata). Permintaan potensial ialah sejumlah orang yang memenuhi unsur-unsur pokok suatu perjalanan dan dalam kondisi siap untuk berpergian. Sedangkan permintaan aktual (nyata) adalah orang-orang yang secara nyata berpergian ke suatu daerah tujuan wisata (Muty : 2015, dkk).

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan rekreasi menurut diantaranya:

1. Faktor individu atau faktor yang berhubungan dengan konsumsi potensial terdiri atas:
  - a. Jumlah individu yang berada di sekitar tempat rekreasi.
  - b. Distribusi (penyebaran) geografis daerah konsumen potensial yang berkaitan dengan kemudahan atau kesulitan untuk mencapai areal wisata.
  - c. Karakteristik sosial ekonomi, seperti: umur, jenis kelamin, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, dan tingkat pendidikan.
  - d. Pendapatan per kapita rata-rata, distribusi pendapatan dari masing-masing individu untuk keperluannya.
  - e. Rata-rata waktu luang dan alokasinya.
  - f. Pendidikan khusus, pengalaman, dan pengetahuan yang berhubungan dengan rekreasi.

2. Faktor-faktor yang berhubungan dengan tempat rekreasi, terdiri dari:
  - a. Keindahan dan daya tarik.
  - b. Identitas dan sifat pengelolanya.
  - c. Alternatif pilihan tempat rekreasi lain.
  - d. Kapasitas akomodasi untuk keperluan potensial.
  - e. Karakteristik iklim dan cuaca tempat rekreasi.
3. Hubungan konsumen potensial dengan tempat rekreasi, terdiri dari:
  - a. Lama waktu perjalanan yang diperlukan dari tempat tinggal ke tempat rekreasi.
  - b. Kesenangan (kenyamanan) dalam perjalanan.
  - c. Biaya yang diperlukan untuk berkunjung ke tempat rekreasi.
  - d. Meningkatkan permintaan rekreasi sebagai atribut promosi yang menarik.

### **2.5 Metode Biaya Perjalanan**

Permintaan wisata dapat dianalisis menggunakan metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*). Biaya perjalanan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan pengunjung dalam satu kali perjalanan rekreasi meliputi biaya konsumsi selama rekreasi, biaya transportasi, biaya dokumentasi, dan biaya lain-lain. Tarif masuk kawasan wisata tidak dimasukkan ke dalam perhitungan biaya perjalanan karena merupakan suatu konstanta (Muty : 2015).

Menurut Hufschmidt *et al*, 1987 dalam Mutty (2015), pendekatan biaya perjalanan merupakan pendekatan untuk menilai barang-barang yang tidak memiliki harga seperti lingkungan, taman umum, dan juga tempat rekreasi. Inti

dari pendekatan ini bahwa biaya perjalanan ke suatu tempat rekreasi akan mempengaruhi jumlah kunjungan yang dilakukan oleh seseorang.

Untuk menilai ekonomi dengan pendekatan biaya perjalanan ada dua teknik yang dapat digunakan yaitu pendekatan sederhana melalui zonasi dan pendekatan individual. Metode biaya perjalanan dengan pendekatan individual, metode dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui survei. Fungsi permintaan dari suatu kegiatan rekreasi dengan metode biaya perjalanan melalui pendekatan individual dapat diformulasikan sebagai berikut (Fauzi : 2004) :

$$V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, F_{ij}, M_i)$$

Jika diformulasikan ke dalam analisis regresi linier berganda akan menghasilkan rumus :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + \varepsilon$$

Dimana :

$V_{ij}$  = Jumlah kunjungan oleh individu I ke tempat J

$C_{ij}$  = biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu I untuk mengunjungi lokasi J

$T_{ij}$  = Biaya waktu yang dikeluarkan oleh individu I untuk mengunjungi lokasi J

$Q_{ij}$  = Persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat yang dikunjungi

$S_{ij}$  = Karakteristik substitusi yang mungkin ada di daerah lain

$F_{ij}$  = Faktor fasilitas di daerah J

$M_i$  = Pendapatan dari individu I

Dalam aplikasinya, metode biaya perjalanan ini mempunyai beberapa teknik-teknik pendekatan (Turner *et al.*, 1994), antara lain :

1. Metode biaya perjalanan zonal, yaitu dengan membagi lokasi asal pengunjung untuk melihat jumlah populasi per zona, yang digunakan untuk mengestimasi tingkat kunjungan per seribu orang.
2. Metode biaya perjalanan individu, yaitu dengan mengukur tingkat kunjungan individu ke tempat rekreasi dan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh individu tersebut. Tujuannya adalah untuk mengukur frekuensi kunjungan individu ke tempat rekreasi tersebut.
3. *Random Utility Approach* atau pendekatan utilitas acak, yaitu pendekatan yang mengestimasi bahwa individu akan berkunjung ke suatu tempat berdasarkan preferensi mereka dan individu tersebut tidak menghubungkan antara kualitas tempat wisata dengan biaya pendekatan biaya perjalanan untuk mencapai tempat tersebut. Oleh karena itu, pendekatan ini memerlukan informasi tentang semua kemungkinan yang dapat mempengaruhi preferensi individu untuk memilih antara kualitas lingkungan atau biaya perjalanan untuk setiap lokasi rekreasi.
4. Pada awal perkembangannya, penggunaan metode biaya perjalanan untuk menghitung nilai tempat rekreasi menggunakan pendekatan zonal, namun pada pendekatan ini analisis lebih didasarkan pada data primer yang diperoleh melalui survei.

## 2.6 Potensi Wisata

Potensi dapat diartikan perubahan bentuk permukaan bumi yang ditimbulkan oleh proses alam yaitu tenaga endogen, misalnya pegunungan, danau,

sungai atau bentuk lain. Potensi obyek wisata juga terjadi karena suatu proses yang dapat disebabkan budidaya manusia (Pertiwi : 2014, dkk).

Suatu tempat dapat menjadi suatu obyek wisata harus mempunyai suatu potensi ekologis yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Potensi tersebut dapat berupa kenampakan alam alami yang dimiliki oleh tempat tersebut, dalam hal ini stakeholder yang bertanggung jawab terhadap obyek wisata tersebut.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi potensi wisata tersebut diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kondisi fisis

Aspek fisis yang berpengaruh terhadap wisata berupa iklim, tanah, batuan dan morfologi, hidrosfer, flora dan fauna.

b. Atraksi dan obyek wisata

Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu, misal adalah tari-tarian, nyayian, kesenian daerah, upacara adat dan lain-lain (Yoeti, 1996)

c. Aksesibilitas

Aksesibilitas berkaitan dengan usaha pencapaian tempat wisata. Semakin mudah tempat tersebut dicapai maka akan menambah minat wisatawan untuk berkunjung.

d. Pemilikan dan penggunaan lahan

Variasi dalam pemilikan dan penguasaan lahan dapat mempengaruhi lokasi tempat wisata, bentuk pengembangannya, serta juga bisa mempengaruhi arah pengembangannya. Bentuk penguasaan lahan antara lain lahan negara atau pemerintah, lahan masyarakat dan lahan pribadi.

e. Sarana dan prasarana wisata

Sarana wisata adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung. Sarana wisata ini berupa transportasi, biro perjalanan wisata, hotel atau penginapan dan rumah makan. Prasarana wisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan yang beranekaragam. Prasarana wisata ini berupa prasarana perhubungan, komunikasi, instalasi listrik, persediaan air minum, sistem irigasi, sistem perbankan dan pelayanan kesehatan (Yoeti, 1996).

f. Masyarakat

Pemerintah melalui instansi-instansi terkait telah menyelenggarakan penyuluhan kepada masyarakat dalam bentuk bina masyarakat sadar wisata (Suwantoro, 1997).

## 2.7 Wisata Bahari

Pengertian wisata bahari adalah meliputi berbagai aktivitas wisata yang menyangkut kelautan. Aktivitas wisata bahari tersebut di antaranya adalah santai dipantai/menikmati lingkungan alam sekitar, berenang, *tour* keliling ( *boat tour*, *cruising/extended boat tour*), *surfing*, *diving*, *water ski* dan *sailing*. Beberapa atraksi wisata bahari sekaligus merupakan potensi laut sebagai medium wisata adalah taman laut (terumbu karang dan biota laut), formasi karang buatan (*artifisial reef*), obyek purbakala, ikan-ikan buruan dan pantai yang indah. Pendayagunaan medium wisata memerlukan persyaratan tertentu, antara lain (RIPPD Kabupaten Kepulauan Anambas) :

1. Keadaan musim/cuaca yang cukup baik sepanjang tahun
2. Lingkungan laut yang bersih, bebas pencemaran
3. Keadaan pantai yang bersih dan alami, yang disertai pengaturan-pengaturan tertentu akan bangunan dan macam kegiatan
4. Keadaan dasar laut yang masih alami, misalnya taman laut yang merupakan habitat dari berbagai fauna dan flora
5. Gelombang dan arus yang relatif tidak terlalu besar serta aksesibilitas yang tinggi

Pariwisata bahari merupakan kegiatan rekreasi yang telah diminati oleh sekelompok sosial tertentu dalam masyarakat Indonesia maupun dunia, dan sudah dikenal sejak dahulu. Pariwisata bahari biasanya selalu diasosiasikan dengan tiga “S” (*sun, sea and sand*), artinya jenis pariwisata yang menyediakan keindahan dan kenyamanan alami dari kombinasi cahaya matahari, laut dan pantai berpasir putih. Berbagai kegiatan yang umumnya dilakukan oleh para wisatawan dalam pariwisata bahari, antara lain meliputi berenang, berselancar, berjemur, menyelam, berdayung, *snorkeling*, berjalan-jalan atau berlari di sepanjang pantai, menikmati keindahan dan kedamaian suasana pesisir dan bermeditasi.

Jenis wisata yang memanfaatkan wilayah pesisir dan laut ada yang secara langsung maupun tidak langsung. Kegiatan langsung di antaranya berperahu, berenang, *snorkeling*, *diving* dan memancing. Kegiatan tidak langsung seperti kegiatan olahraga pantai dan piknik menikmati atmosfer laut (Nurisyah, 2001 dalam RIPPD Kabupaten Kepulauan Anambas). Konsep pariwisata bahari di dasarkan pada *view*, keunikan alam, karakteristik ekosistem, kekhasan seni

budaya dan karakteristik masyarakat sebagai kekuatan dasar yang dimiliki oleh masing-masing daerah.

## 2.8 Pendekatan pengembangan wisata bahari

Adapun beberapa pendekatan dalam pengembangan wisata bahari adalah sebagai berikut (RIPPD Kabupaten Kepulauan Anambas) :

1. Pengembangan kawasan wisata bahari lebih diarahkan dan dipergunakan menuju upaya pengembangan kawasan wisata ramah lingkungan. Pengembangan kawasan wisata bahari harus menghindari pencemaran dan perusakan lingkungan hidup dan pemborosan sumber daya alam bahari
2. Pengembangan kawasan wisata bahari perlu menyetangkakan faktor kewaspadaan terhadap dampak lingkungan menjadi sangat penting, terutama dari kunjungan wisatawan yang tidak terkendali guna memelihara keberlanjutan kualitas lingkungan hidup/sumber daya alam wisata tropika khususnya dan menjamin pembangunan (ekonomi) berkelanjutan.
3. Analisis data potensi dan pemanfaatan sumber daya untuk mengidentifikasi nilai-nilai yang berpengaruh terhadap kelangsungan pemeliharaan dan pengembangan sumber stakeholder cakupan identifikasi tersedia dan maupun untuk budi daya perairan, wisata pemukiman, bisnis rekreasi atau industry
4. Pengembangan kawasan wisata bahari memiliki keterkaitan luas dengan peran masyarakat pesisir, oleh karena itu dalam pengembangan

kawasan wisata bahari dibutuhkan penentuan zonasi yang tepat dari setiap wilayah.

5. Pengembangan sarana dan prasarana yang dapat mendorong pertumbuhan antar wilayah melalui prioritas pengembangan wisata bahari berdasarkan tipe, potensi dan karakter alam yang dimiliki oleh masing-masing kawasan



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## 2.9 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Perbandingan penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya**

No.	Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
1.	Reka Loka (2013),	Analisis Dampak Ekonomi Wisata Bahari terhadap Pendapatan Masyarakat di Pulau Tidung	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teridentifikasinya karakteristik wisatawan, unit usaha dan tenaga kerja yang terkait dengan kegiatan wisata di Pulau Tidung</li> <li>2. Teridentifikasi dampak ekonomi masyarakat yang terkait kegiatan wisata di Pulau Tidung.</li> </ol>	Analisis Data Primer dan Sekunder	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 40% wisatawan yang datang ke Pulau Tidung berusia 21-25 tahun. 57% wisatawan yang datang ke Pulau Tidung berasal dari Jakarta, sebanyak 21% berasal dari Bandung, 10% berasal dari Bogor, dan 12% berasal dari Kota lainnya. Berdasarkan pekerjaan sebanyak 49% adalah mahasiswa, 13% adalah karyawan swasta, 10% adalah pelajar, 9% adalah PNS, dan 7% lainnya. Sebanyak 98% unit usaha yang ada di Pulau Tidung merupakan penduduk asli yang ikut memanfaatkan peluang usaha seiring berkembangnya kegiatan wisata di Pulau Tidung. Jenis usaha yang dimiliki masyarakat yang ada di Pulau Tidung, diantaranya adalah sebanyak 64% memiliki usaha jasa penginapan (homestay), 11% memiliki usaha kios warung, 6% memiliki usaha jasa catering, 5% memiliki usaha warung makan, 4% memiliki usaha penyewa alat, 3% memiliki usaha pemandu wisata, 2% memiliki usaha transportasi kapal, dan 1% memiliki usaha souvenir.</li> <li>2. Pengembangan pariwisata di Pulau Tidung berdampak bagi perekonomian bagi masyarakat di sekitar kawasan pariwisata yang terlihat dari hasil perhitungan efek penggandaan pada Keynesian Lokal Income Multiplier meningkat sebesar 0,28 dan nilai Ration Incorne Multiplier meningkat sebesar 1,35. Adapun pendapatan tenaga kerja meningkat sebesar Rp. 1,35, unit usaha meningkat sebesar Rp. 1,59 dan konsumsi meningkat sebesar Rp. 1,59.</li> </ol>

No.	Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
2.	Yuki Indah Pertiwi (2014)	Analisis Dampak Ekonomi dan Strategi Pengelolaan Wisata Goa Pawon di Kawasan Karst Citatah Kecamatan Kipatat Kabupaten Bandung Barat.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengestimasi nilai ekonomi wisata Goa Pawon</li> <li>2. Menghitung dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar Goa Pawon</li> <li>3. Menganalisis strategi pengelolaan wisata alam Goa Pawon agar dapat berkembang lebih baik.</li> </ol>	Analisis Data Primer dan Sekunder	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel yang mempengaruhi kunjungan para wisatawan adalah tingkat pendidikan terakhir, jumlah tanggungan wisatawan, dan tingkat penghasilan.</li> <li>2. Surplus ekonomi per individu per kunjungan adalah Rp 25 651. Nilai ekonomi wisata dari keberadaan objek wisata Goa Pawon adalah sebesar Rp 102 604 000 per tahun.</li> <li>3. Nilai dampak ekonomi yang diperoleh dari nilai <i>Keynesian Income Multiplier</i> yaitu sebesar 1.18, nilai <i>Ratio Income Multiplier</i> Tipe I sebesar 1.30, dan nilai <i>Ratio Income Multiplier</i> Tipe II sebesar 1.51. Keberadaan objek wisata Goa Pawon memberikan dampak ekonomi secara langsung (<i>direct</i>), dampak secara tidak langsung (<i>indirect</i>) dan lanjutan (<i>induced</i>) terhadap masyarakat lokal walaupun masih dalam skala kecil.</li> <li>4. Berdasarkan hasil analisis SWOT terbentuk formulasi strategi pengelolaan objek wisata Goa Pawon, antara lain: melanjutkan master plan serta memberikan dukungan terhadap pembangunan dengan potensi alam sekitar, peningkatan sumber daya manusia, pengembangan sarana dan prasarana penunjang yang sesuai, meningkatkan kekhasan wisata dengan sejarah dan alam sekitarnya, dan melakukan promosi wisata.</li> </ol>
3.	Denadia Mutty (2015)	Analisis Dampak Ekonomi Kegiatan Wisata Alam (Studi Kasus: <i>Floating</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengidentifikasi karakteristik pengunjung, unit usaha, dan tenaga kerja daerah wisata <i>Floating Market</i> Lembang</li> <li>2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata ke <i>Floating Market</i> Lembang</li> <li>3. Mengestimasi dampak ekonomi yang timbul</li> </ol>	Analisis Data Primer dan Sekunder	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rata-rata pengunjung <i>Floating Market</i> Lembang berusia 17-25 tahun dengan rata-rata pekerjaan pengunjung ialah sebagai pegawai swasta dan berpenghasilan berkisar antara Rp 500.000 hingga Rp 2.000.000, sebagian besar pengunjung <i>Floating Market</i> Lembang berasal dari Bandung.</li> <li>2. Faktor-faktor yang berpengaruh pada taraf nyata 5% adalah tingkat pendapatan, biaya perjalanan, jarak tempuh, dan</li> </ol>

No.	Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
		<i>Market Lembang, Bandung)</i>	akibat dari adanya kegiatan wisata <i>Floating Market Lembang</i>		jumlah tanggungan. 3. Dampak ekonomi langsung yang dapat dirasakan oleh pemilik unit usaha sebesar Rp 1.109.671.742 , dampak ekonomi tidak langsung yang dilihat dari pengeluaran unit usaha di dalam kawasan wisata sebesar Rp 1.120.265.853 , sedangkan dampak ekonomi lanjutan berupa pengeluaran tenaga kerja di kawasan wisata sebesar Rp 90.784.891. Nilai <i>keynesian income multiplier</i> sebesar 1.3, <i>ratio income multiplier</i> tipe I sebesar 2.0, <i>ratio income multiplier</i> tipe II sebesar 2.1.



## 2.10 Sintesa Teori

Tabel 2.2

### Sintesa Teori

No	Tinjauan Pustaka	Sumber Pustaka	Keterangan
1.	Pengertian Pariwisata	UU No. 10 Tahun 2009	Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
2.	Pengertian wisata	UU No. 10 Tahun 2009	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.
3.	Jenis pariwisata	Denadia Mutty (2015), dkk	Jenis-jenis wisata antara lain: 1. Wisata Rekreasi 2. Wisata Bahari 3. Wisata Alam 4. Wisata Budaya 5. Wisata Olahraga 6. Wisata Bisnis 7. Wisata Konvensi 8. Wisata Jenis Lain
4.	Pelaku Pariwisata	Damaik dan Weber (2006)	Adapun yang menjadi pelaku pariwisata adalah : 1. Wisatawan 2. Industri pariwisata 3. Pendukung jasa wisata 4. Pemerintah 5. Masyarakat local 6. Lembaga swadaya masyarakat
5.	Dampak ekonomi wisata	Vanhove (2005)	Dampak ekonomi terbagi menjadi tiga bagian, yaitu dampak langsung ( <i>direct</i> ), tidak langsung ( <i>indirect</i> ) dan lanjutan ( <i>induced</i> ).
6.	Permintaan wisata	Mutty (2015), dkk	Permintaan rekreasi adalah banyaknya kesempatan rekreasi yang diinginkan oleh masyarakat atau gambaran keseluruhan partisipasi masyarakat dalam kegiatan rekreasi secara umum yang dapat diharapkan, bila fasilitas-fasilitas yang tersedia cukup memadai dan dapat memenuhi keinginan masyarakat.
7.	Metode biaya perjalanan	Fauzi (2004)	Fungsi permintaan dari suatu kegiatan rekreasi dengan metode biaya perjalanan melalui pendekatan individual dapat diformulasikan sebagai berikut (Fauzi, 2004) : $V_{ij} = f(C_{ij}, T_{ij}, Q_{ij}, S_{ij}, F_{ij}, M_i)$ Dimana : $V_{ij}$ = Jumlah kunjungan oleh individu I ke tempat J $C_{ij}$ = biayan perjalanan yang dikeluarkan oleh individu I untuk mengunjungi lokasi J $T_{ij}$ = Biaya waktu yang dikeluarkan oleh individu I untuk mengunjungi lokasi J

No	Tinjauan Pustaka	Sumber Pustaka	Keterangan
			<p>Qij = Persepsi responden terhadap kualitas lingkungan dari tempat yang dikunjungi</p> <p>Sij = Karakteristik substitusi yang mungkin ada di daerah lain</p> <p>Fij = Faktor fasilitas di daerah J</p> <p>Mi = Pendapatan dari individu I</p>
8.	Potensi Wisata	Yuki Indah Pertiwi (2014), dkk	<p>Potensi dapat diartikan perubahan bentuk permukaan bumi yang ditimbulkan oleh proses alam yaitu tenaga endogen, misalnya pegunungan, danau, sungai atau bentuk lain. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi potensi wisata :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kondisi Fisis</li> <li>2. Atraksi Obyek wisata</li> <li>3. Aksesibilitas</li> <li>4. Pemilikan dan penggunaan lahan</li> <li>5. Sarana dan prasarana wisata</li> <li>6. Masyarakat</li> </ol>
9.	Wisata bahari	RIPPD Kabupaten Kepulauan Anambas	<p>Pengertian wisata bahari adalah meliputi berbagai aktivitas wisata yang menyangkut kelautan. Aktivitas wisata bahari tersebut di antaranya adalah santai dipantai/menikmati lingkungan alam sekitar, berenang, <i>tour</i> keliling ( <i>boat tour</i>, <i>cruising/extended boat tour</i>), <i>surfing</i>, <i>diving</i>, <i>water ski</i> dan <i>sailing</i>.</p>
10.	Prinsip pengembangan wisata bahari	RIPPD Kabupaten Kepulauan Anambas	<p>Adapun beberapa pendekatan dalam pengembangan wisata bahari adalah sebagai berikut (RIPPD Kabupaten Kepulauan Anambas) :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengembangan kawasan wisata bahari lebih diarahkan dan dipergunakan menuju upaya pengembangan kawasan wisata ramah lingkungan.</li> <li>2. Pengembangan kawasan wisata bahari perlu menyetarakan faktor kewaspadaan terhadap dampak lingkungan.</li> <li>3. Analisis data potensi dan pemanfaatan sumber daya untuk mengidentifikasi nilai-nilai yang berpengaruh terhadap kelangsungan pemeliharaan dan pengembangan sumber stakeholder cakupan identifikasi tersedia dan maupun untuk budi daya perairan, wisata pemukiman, bisnis rekreasi atau industry</li> <li>4. Pengembangan kawasan wisata bahari memiliki keterkaitan luas dengan peran masyarakat pesisir.</li> <li>5. Pengembangan sarana dan prasarana yang dapat mendorong pertumbuhan antar wilayah melalui prioritas pengembangan wisata bahari berdasarkan tipe, potensi dan karakter alam yang dimiliki oleh masing-masing kawasan</li> </ol>