

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Dasar Pariwisata

Kata pariwisata secara umum telah diterima sebagai terjemahan dari kata *tourism* (Inggris), atau *toerisme* (Belanda). Pemaknaan yang demikian sebenarnya rancu. Kerancuan ini terjadi karena kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yaitu “*pari*” yang berarti seluruh, semua dan penuh dan “*wisata*” yang berarti perjalanan (Soebagyo; 2010; 70).

Jadi pariwisata berarti perjalanan penuh, yaitu berangkat dari sesuatu tempat, menuju dan singgah di suatu atau beberapa tempat dan kembali ke tempat asal. Dalam bahasa Inggris dikenal kata *travel*, *tour* dan *tourism*. Kata *travel* dapat diterjemahkan dan mempunyai arti yang sama dengan kata perjalanan atau wisata. Kata *tour* berarti perjalanan keliling yang sebenarnya sama artinya dengan kata pariwisata. Istilah ism yang melekat pada *tour* mengacu pada paham dan fenomena yang terkait dengan pengertian *tour*. Disamping itu kata *tourism* sering diartikan sebagai *tour* yang terorganisir (Soebagyo; 2010; 70).

Dalam upaya mendalami kepariwisataan, perlu terlebih dahulu memahami berbagai definisi kepariwisataan secara komprehensif, sesuai dengan Undang-Undang RI Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataan terutama Pasal 1 angka (1) sampai dengan (7) yang menyatakan bahwa :

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.
3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata, serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut.
4. Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
5. Usaha pariwisata adalah usaha yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut.
6. Objek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata.
7. Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata. (Hidayat; 2011; 1)

Pariwisata menurut Spillane (1987: 20) dalam Rahayu (2015; 8-9) adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan/keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi social, budaya, alam dan ilmu. Pendit (2003: 20) dalam

Rahayu (2015; 8-9), mendefinisikan pariwisata sebagai suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

B. Partisipasi Masyarakat

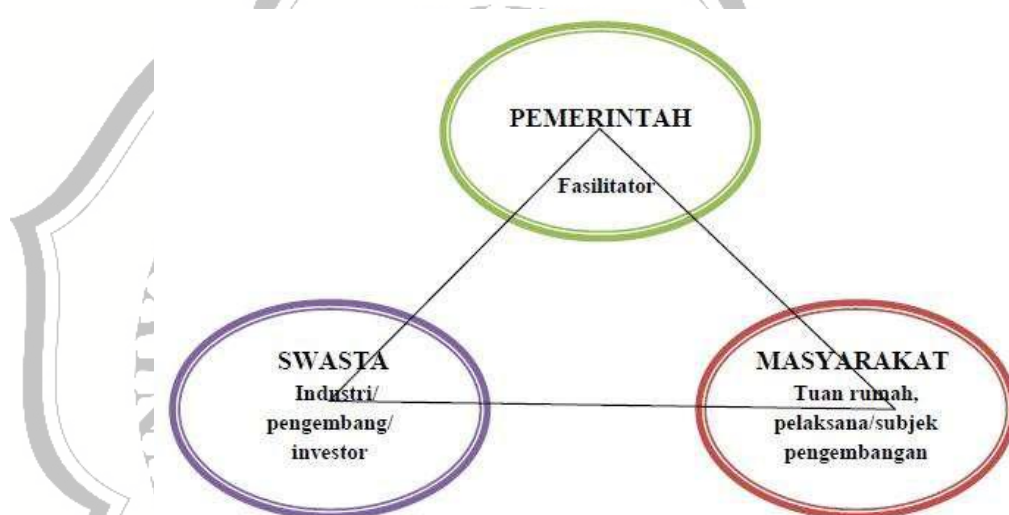
Partisipasi merupakan kata terapan yang berasal dari bahasa Inggris *participation*, secara leksikal kata partisipasi berarti pengambilan bagian, pengikutsertaan (Echols, 1992 dalam Soebiyantoro, 2009). Menurut Mubyarto (1984 dalam Soebiyantoro, 2009) partisipasi secara umum berarti kesediaan untuk membantu keberhasilan suatu program sesuai dengan kemampuan setiap orang tanpa mengorbankan kepentingan diri sendiri. Santoso (1986 dalam Soebiyantoro, 2009), partisipasi merupakan keterlibatan mental serta kesediaan memberikan sumbangan dan rasa tanggung jawab dalam suatu kegiatan untuk mencapai tujuan dari usaha yang bersangkutan.

Berdasarkan pada tingkatan organisasi partisipasi dibedakan menjadidua, yaitu:

- a. Partisipasi yang terorganisasikan, yaitu partisipasi yang terjadi bilasatu struktur organisasi dan seperangkat tata kerja dikembangkan atau dalam proses persiapan.

- b. Partisipasi tidak terorganisasikan, yaitu partisipasi yang terjadi karena peristiwa temporer seperti bencana alam dan kebakaran.

Kegiatan kepariwisataan ada beberapa pihak yang memiliki peran dan terlibat langsung dalam kegiatan kepariwisataan. Gambar 2.1 menggambarkan ilustrasi pemangku kepentingan dalam, pariwisata (Sunaryo, 2013:217 dalam Rahayu; 2015; 14-18).



Gambar 2.1 Pemangku Kepentingan dalam Pariwisata (Sunaryo, 2013 dalam Rahayu, 2015).

Berdasarkan bagan di atas dapat disimpulkan bahwa peran masyarakat dalam pelaksanaan kepariwisataan sangatlah besar dan perlu diseimbangkan dengan peran pemerintah maupun swasta. Tetapi dalam kenyataannya yang terjadi peran masyarakat masih sangat kecil bila dibandingkan dengan kedua *stakeholder* lainnya. Penyebabnya adalah tidak adanya atau lemahnya akses yang mereka miliki kepada sumberdaya (*resource*) pariwisata yang ada dan rendahnya pelibatan mereka dalam proses pengambilan keputusan. Pentingnya pemberdayaan masyarakat

dalam pengembangan kepariwisataan menjadi sorotan penting menurut pakar kepariwisataan dunia (Rahayu; 2015; 14-18).

Menurut Timothy (1999 dalam Heny, 2013) ada dua perspektif dalam melihat partisipasi masyarakat dalam pariwisata. Kedua perspektif tersebut adalah (1) partisipasi masyarakat lokal dalam proses pengambilan keputusan, dan (2) berkaitan dengan manfaat yang diterima masyarakat dari pembangunan pariwisata. Timothy menekankan perlunya melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan dengan mengakomodasi keinginan dan tujuan masyarakat lokal dalam pembangunan serta kemampuannya dalam menyerap manfaat pariwisata. Masyarakat yang berada di wilayah pengembangan harus didorong untuk mengidentifikasi tujuannya sendiri dan mengarahkan pembangunan pariwisata untuk meningkatkan pemenuhan kebutuhan masyarakat lokal. Selain mengikutsertakan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan, Timothy memandang pentingnya mengikutsertakan pemangku kepentingan, yaitu pemerintah, swasta, dan anggota masyarakat lainnya untuk turut ambil bagian dalam pengambilan keputusan dan melihat pentingnya pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat lokal untuk meningkatkan kapasitas masyarakat, terutama dalam menerima manfaat pariwisata. Dengan demikian, perencanaan pembangunan pariwisata harus mengakomodasi keinginan dan kemampuan masyarakat lokal untuk berpartisipasi serta memperoleh nilai manfaat yang maksimal dari pembangunan pariwisata. Partisipasi masyarakat lokal sangat dibutuhkan

dalam pengembangan desa wisata karena masyarakat lokal sebagai pemilik sumber daya pariwisata yang ditawarkan kepada wisatawan (Heny; 2013; 132-133).

Partisipasi dilakukan dengan beberapa tahapan untuk mencapai tujuan. Cohen dan Uphoff (1979) dalam Rasyida dan Nasdian (2011) membagi partisipasi beberapa tahapan sebagai berikut :

- a. Tahap pengambilan keputusan, diwujudkan dengan keikutsertaan masyarakat dalam rapat-rapat.
- b. Tahap pelaksanaan, wujud nyata partisipasi pada tahap ini dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu partisipasi dalam bentuk sumbangan pemikiran, bentuk sumbangan materi, dan bentuk keterlibatan sebagai anggota proyek.
- c. Tahap menikmati hasil sebagai indikator keberhasilan partisipasi masyarakat pada tahap perencanaan dan pelaksanaan proyek.
- d. Tahap evaluasi dianggap sebagai umpan balik yang dapat memberi masukan demi perbaikan pelaksanaan proyek selanjutnya.

C. Pengertian Sarana dan Prasarana Kepariwisata

Fasilitas kepariwisataan sesungguhnya merupakan *tourist supply* yang perlu dipersiapkan atau disediakan bila akan mengembangkan industri pariwisata, karena kegiatan pariwisata pada hakekatnya tidak lain adalah salah satu kegiatan dari sektor perekonomian juga. Fasilitas Wisata adalah sarana atau prasarana yang memudahkan dalam kegiatan beratraksi yang telah disediakan oleh kawasan wisata tersebut (Suchaina; 2014; 94-96).

Menurut Yoeti (1985) dalam Suchaina (2014; 94-96) “Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam sehingga wisatawan juga tertarik untuk berkunjung ke suatu tempat wisata”. Sarana pariwisata disebut sebagai ujung tombak usaha kepariwisataan dapat diartikan sebagai usaha yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan pelayanan kepada wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata dimana keberadaannya sangat tergantung kepada adanya kegiatan perjalanan wisata. Menurut Inskeep (1991:42) dalam Suchaina (2014; 94-96) sarana tersebut adalah sebagai berikut:

1. Akomodasi

Wisatawan akan memerlukan tempat tinggal untuk sementara waktu selama dalam perjalanan untuk dapat beristirahat. Sarana ini akan mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek dan daya tarik wisata dengan waktu yang relatif lebih lama. Informasi mengenai akomodasi ini mempengaruhi penilaian wisatawan. Pilihan jenis akomodasi yang dipilih seperti jenis fasilitas dan pelayanan yang diberikan, tingkat harga, jumlah kamar yang tersedia dan sebagainya (Suchaina; 2014; 94-96).

2. Tempat makan dan minum

Wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata tentunya ingin menikmati perjalanan wisatanya, sehingga pelayanan makanan dan

minuman harus mendukung hal tersebut bagi wisatawan yang tidak membawa bekal. Bahkan apabila suatu daerah tujuan wisata mempunyai makanan yang khas, wisatawan yang datang di samping menikmati atraksi wisata juga menikmati makanan khas tersebut. Pertimbangan yang diperlukan dalam penyediaan fasilitas makanan dan minuman antara lain adalah jenis dan variasi makanan yang ditawarkan, tingkat kualitas makanan dan minuman, pelayanan yang diberikan, tingkat harga, tingkat kebersihan, dan hal-hal lain yang dapat menambah selera makan seseorang serta lokasi tempat makannya (Suchaina; 2014; 94-96).

3. Tempat belanja

Berbelanja merupakan salah satu aktivitas kegiatan wisata dan sebagian pengeluaran wisatawan didistribusikan untuk berbelanja. Penilaian dalam penyediaan fasilitas belanja ini dilakukan terhadap ketersediaan barang-barang yang dijual dan pelayanan yang memadai, lokasi yang nyaman dan akses yang baik serta tingkat yang relatif terjangkau (Suchaina; 2014; 94-96).

4. Fasilitas umum di lokasi objek wisata

Fasilitas umum yang akan dikaji adalah fasilitas yang biasanya tersedia di tempat rekreasi seperti tempat parkir, toilet umum, mushola, dan lain-lain (Suchaina; 2014; 94-96).

Menurut *International Union of Official Travel Organization* (IUOTO) dalam Suchaina (2014; 94-96), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Pengunjung digolongkan dalam dua kategori, yaitu:

1. Wisatawan (*tourist*)

Pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang kunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan ke dalam klasifikasi sebagai berikut:

- a. Pesiari (*leisure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
- b. Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya (Suchaina; 2014; 94-96).

2. Pelancong (*excursionist*)

Pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam. Beberapa pengertian tersebut yang dimaksud dengan pengunjung adalah seseorang yang melakukan kunjungan pada objek dan daya tarik wisata. Karakteristik pengunjung dapat dibedakan ke dalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata Smith (1989:13) dalam Suchaina (2014; 94-96).

D. Konsep Dasar Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata merupakan salah satu bentuk pembangunan sektor pariwisata yang sangat diperlukan dalam rangka meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Pariwisata yang dikelola dengan baik juga akan menambah salah satu pemasukan Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Hurul; 2015; 1-4).

Pengembangan pariwisata diperlukan aspek-aspek untuk mendukung pengembangan tersebut, adapun aspek-aspek yang dimaksudkan adalah sebagai berikut:

1. Aspek Fisik

Menurut UU RI No. 23 Tahun 1997 dalam Bayu; 2015, lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya, yang termasuk dalam lingkungan fisik berdasarkan olahan dari berbagai sumber, yaitu:

- a. Geografi: Aspek geografi meliputi luas kawasan DTW, Luas area terpakai, dan juga batas administrasi serta batas alam.
- b. Topografi: Merupakan bentuk permukaan suatu daerah khususnya konfigurasi dan kemiringan lahan seperti dataran berbukit dan area pegunungan yang menyangkut ketinggian rata-rata dari permukaan laut.

- c. Geologi: Aspek dari karakteristik geologi yang paling penting dipertimbangkan termasuk jenis material tanah, kestabilan, daya serap, serta erosi dan kesuburan tanah.
- d. Klimatologi: Termasuk temperatur udara, kelembaban, curah hujan, kekuatan tiupan angin, penyinaran matahari rata-rata dan variasi musim.
- e. Hidrologi: Termasuk didalamnya karakteristik dari daerah aliran sungai, pantai dan laut seperti arus, sedimentasi dan abrasi.
- f. *Visibility*: Menurut Salim (1985;2239) dalam Bayu (2015), yang dimaksud dengan *visibility* adalah pemandangan terutama dari ujung jalan yang kanan-kirinya berpohon (barisan pepohonan yang panjang).
- g. *Vegetasi dan Wildlife*: Daerah habitat perlu dipertimbangkan untuk menjaga kelangsungan hidup vegetasi dan kehidupan liar untuk masa sekarang dan akan datang. Secara umum dapat dikategorikan sebagai tanaman tinggi, tanaman rendah (termasuk padang rumput) beserta spesies-spesies flora dan fauna yang terdapat didalamnya baik langka, berbahaya, dominan, konservasi maupun komersial (Bayu; 2015).

2. Aspek Daya Tarik

Pariwisata dapat berkembang disuatu tempat pada dasarnya karena tempat tersebut memiliki daya tarik yang mampu mendorong

wisatawan untuk datang mengunjunginya. Menurut inskeep (1991;77) dalam Bayu (2015) daya tarik dapat dibagi menjadi 3 kategori, yaitu:

- a. *Natural Attraction*: berdasarkan pada bentukan alaminya, meliputi iklim, pemandangan, flora dan fauna serta keunikan alam lainnya.
- b. *Cultural Attraction*: berdasarkan pada aktivitas manusia, mencakup sejarah, arkeologi, religi dan kehidupan tradisional.
- c. *Special Types Of Attraction*: atraksi ini tidak berhubungan dengan kedua kategori diatas, tetapi merupakan atraksi buatan seperti theme park, circus, shopping (Bayu; 2015).

3. Aspek aksesibilitas

Salah satu komponen infrastruktur yang penting dalam destinasi adalah aksesibilitas. Akses yang bersifat fisik maupun non fisik untuk menuju suatu destinasi merupakan hal penting dalam pengembangan pariwisata. Aspek fisik yang menyangkut jalan, kelengkapan fasilitas dalam radius tertentu, frekuensi transportasi umum dari terminal terdekat. Menurut Bovi dan Lawson (1998;202) dalam Bayu (2015), jaringan jalan memiliki dua peran penting dalam kegiatan pariwisata, yaitu:

- a. Sebagai alat akses, transpot, komunikasi antara pengunjung atau wisatawan dengan atraksi rekreasi atau fasilitas.
- b. Sebagai cara untuk melihat-lihat (*sightseeing*) dan menemukan suatu tempat yang membutuhkan perencanaan dalam penentuan pemandangan yang dapat dilihat selama perjalanan (Bayu; 2015).

Pada peran kedua, menunjukkan aspek non fisik yang juga merupakan faktor penting dalam mendukung aksesibilitas secara keseluruhan, dapat berupa keamanan sepanjang jalan, dan waktu tempuh dari tempat asal menuju ke destinasi. Lebih lanjut Bovy dan Lawson (1998;203) dalam Bayu (2015) membagi jalan untuk kepentingan wisatawan menjadi 3 kategori, yaitu:

- a. Jalan utama yang menghubungkan wilayah destinasi utama dengan jaringan jalan nasional atau jalan utama diluar kawasan.
 - b. Jalan pengunjung, yaitu jalan sekunder yang biasanya beraspal (makadam) ataupun gravel yang menghubungkan dengan fasilitas wisata yang spesifik seperti resort, hotel yang terpisah, restoran atau atraksi rekreasi lainnya.
 - c. Sirkuit pengunjung, untuk kegiatan melihat-lihat dengan pemandangan yang menarik disepanjang jalannya (Bayu; 2015).
4. Aspek Aktivitas dan Fasilitas

Dalam pengembangan sebuah objek wisata dibutuhkan adanya fasilitas yang berfungsi sebagai pelengkap dan untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan yang bermacam-macam. Menurut Bukart dan Medlik (1973;133) dalam Bayu (2015), fasilitas bukanlah merupakan faktor utama yang dapat menstimulasi kedatangan wisatawan ke suatu destinasi wisata, tetapi ketiadaan fasilitas dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata. Pada intinya, fungsi fasilitas haruslah bersifat melayani dan mempermudah kegiatan

atau aktivitas pengunjung/wisatawan yang dilakukan dalam rangka mendapat pengalaman rekreasi. Di samping itu, fasilitas dapat pula menjadi daya tarik wisata apabila penyajiannya disertai dengan keramahtamahan yang menyenangkan wisatawan, dimana keramahtamahan dapat mengangkat pemberian jasa menjadi suatu atraksi wisata. Bovy dan Lawson (1979;9) dalam Bayu (2015), Menyebutkan bahwa fasilitas adalah atraksi buatan manusia yang berbeda dari daya tarik wisata yang lebih cenderung berupa sumber daya (Bayu; 2015).

5. Aspek Sosial Ekonomi dan Budaya

Dalam analisa sosial ekonomi membahas mengenai mata pencaharian penduduk, komposisi penduduk, angkata kerja, latar belakang, pendidikan masyarakat sekitar, dan penyebaran penduduk dalam suatu wilayah. Hal ini perlu dipertimbangkan karena dapat menjadi suatu tolak ukur mengenai apakah posisi pariwisata menjadi sektor unggulan dalam suatu wilayah tertentu atautkah suatu sektor yang kurang menguntungkan dan kurang selaras dengan kondisi perekonomian yang ada. Selanjutnya adalah mengenai aspek sosial budaya, dimana aspek kebudayaan dapat diangkat sebagai suatu topik pada suatu kawasan. Dennis menjelaskan mengenai pengaruh kebudayaan (*cultural influences*) sebagai berikut: “Para pelaku perjalanan tidak membuat keputusan hanya berdasarkan pada informasi pemrosesan dan pengevaluasian. Mereka juga dipengaruhi oleh faktor

kebudayaan, masyarakat, dan gaya hidupnya. Kebudayaan itu cenderung seperti pakaian tradisional dan kepercayaan pada suatu masyarakat, religi, atau kelompok etnik (*ethnic group*) (Bayu; 2015).

E. Unsur-Unsur Pokok Industri Pariwisata

Pendit (2003) dalam Rahayu (2015; 12-13), menyebutkan bahwa terdapat sepuluh unsur pokok dalam industri pariwisata. Industri pariwisata di suatu negara atau daerah tidak akan berjalan dengan baik apabila tidak memiliki unsur-unsur berikut ini:

1) Politik dan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah setempat

Politik dan Kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Setempat. Unsur yang pertama ini terkait dengan peran pemerintah dalam rangka mengelola potensi pariwisata di daerahnya. Melalui Politik dan Kebijakan yang dikeluarkannya, pemerintah dapat mempengaruhi keberlangsungan industri pariwisata di daerahnya. Pemerintah dapat meningkatkan kualitas pariwisata di daerahnya atau justru menenggelamkan potensi pariwisata yang ada melalui kebijakannya (Rahayu; 2015; 12-13).

2) Perasaan ingin tahu

Perasaan Ingin Tahu. Pada awalnya hakikat paling utama yang melahirkan pariwisata adalah perasaan manusia yang terdalam, yang seba ingin tahu segala sesuatu selama hidup di dunia. Manusia ingin tahu segala sesuatu di dalam dan diluar lingkungannya, mereka ingin tahu tentang kebudayaan di negara asing, cara hidup dan adat istiadat

negeri antah berantah, udara dan hawa udara yang berbeda beda di berbagai negeri, keindahan dan keajaiban alam dengan bukit, gunung, lembah serta pantainya, dan berbagai hal yang tidak ada dalam lingkungan sendiri (Rahayu; 2015; 12-13).

3) Sifat ramah tamah

Sifat Ramah Tamah. Sifat ramah tamah rakyat Indonesia ini merupakan salah satu “modal potensial” yang besar dalam bidang pariwisata, disamping keindahan alam dan atraksi yang menarik, sifat ramah tamah ini juga merupakan investasi tak nyata dalam arti kata sesungguhnya pada industri pariwisata karena merupakan daya tarik sendiri (Rahayu; 2015; 12-13).

4) Jarak dan waktu (*aksesibilitas*)

Jarak dan Waktu (*Aksesibilitas*). Yang harus diperhatikan oleh *stakeholder* yang berkompeten didalam indsutri pariwisata dewasa ini adalah tentang waktu dan jarak tempuh yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk mencapai objek wisata (Rahayu; 2015; 12-13).

5) Atraksi

Atraksi. Dalam dunia kepariwisataan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat disebut atraksi, atau umumnya disebut objek wisata, baik yang biasa berlangsung tiap harinya serta yang khusus diadakan pada waktu tertentu di Indonesia sangat banyak (Rahayu; 2015; 12-13).

6) Akomodasi

Akomodasi merupakan rumah sementara bagi sang wisatawan sejauh atau sepanjang perjalanannya membutuhkan serta mengharapkan kenyamanan, keanehan, pelayanan yang baik, kebersihan sanitasi yang menjamin kesehatan, serta hal-hal kebutuhan hidup sehari-hari yang layak dalam pergaulan dunia Internasional (Rahayu; 2015; 12-13).

7) Pengangkutan (*Courier*)

Pengangkutan (*Courier*). Faktor pengangkutan dalam dunia pariwisata membutuhkan syarat tertentu, antara lain jalan yang baik, lalu lintas lancar, alat angkutan yang cepat disertai dengan syarat secukupnya dalam bahasa asing yang umum dipergunakan oleh pergaulan dunia Internasional (Rahayu; 2015; 12-13).

8) Harga-harga

Harga-Harga. Di tempat atau di negara mana harga barang atau ongkos perjalan yang lebih murah dan lebih baik, sudah tentu wisatawan akan memilihnya (Rahayu; 2015; 12-13).

9) Publisitas dan Promosi

Publisitas dan Promosi. Publisitas dan promosi yang dimaksud disini adalah propaganda kepariwisataan dengan didasarkan atas rencana atau program secara teratur dan berkelanjutan baik. Ke dalam Publisitas dan promosi ini ditujukan pada masyarakat dalam negeri sendiri dengan maksud dan tujuan menggugah pandangan masyarakat

agar mempunyai kesadaran akan kegunaan pariwisata baginya, sehingga Industri Pariwisata di negeri ini memperoleh dukungannya. Ke luar, publisitas dan promosi ini ditujukan pada dunia luar dimana kampanye penerangan benar-benar mengandung berbagai fasilitas-fasilitas dan atraksi yang unik dan menarik terhadap wisatawan. Dalam hal ini Indonesia hendaknya dapat mengedepankan fasilitas yang unik dan memenuhi standar dunia industri pariwisata serta menyajikan atraksi menarik yang beda dari tempat lain (Rahayu; 2015; 12-13).

10) Kesempatan Berbelanja.

Kesempatan Berbelanja: Kesempatan berbelanja atau lazim pula dikatakan *shopping* adalah kesempatan untuk membeli barang, oleh-oleh, atau *souvenir* untuk dibawa pulang ke rumah atau ke negaranya (Rahayu; 2015; 12-13).

F. Penelitian yang Relevan

Perbandingan penelitian dengan penelitian sejenis yang pernah dilaksanakan, dilakukan untuk membuktikan keaslian penelitian ini. Keaslian penelitian dapat dilihat dari materi yang dibahas, lokasi penelitian maupun metode yang digunakan oleh peneliti terdahulu, lihat Tabel 2.1 berikut ini.

Tabel 2.1 Penelitian yang relevan

No	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata (Desa Bleberan, Kecamatan Payen, Kabupaten Gunungkidul)	Untuk mengetahui bagaimana partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata Bleberan.	Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif, dan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Penentuan subjek penelitian menggunakan <i>Purposive Sampling</i> dan <i>Snowball Sampling</i> .	Masyarakat terlibat dalam empat tahap partisipasi yaitu tahap pengambilan keputusan, tahap pelaksanaan, tahap pengambilan manfaat, dan tahap evaluasi. Terdapat dua bentuk partisipasi masyarakat yaitu partisipasi yang berwujud nyata (uang) yang meliputi partisipasi uang, partisipasi tenaga, dan partisipasi keterampilan. Partisipasi yang tidak berwujud (abstrak) yaitu partisipasi ide, dan partisipasi pengambilan keputusan.
2.	Partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan objek wisata Goa Tabuhan sebagai daerah tujuan wisata (<i>Tourist Destination Area</i>) di Desa Wareng Kecamatan Punung Kabupaten Pacitan.	(1) Mengetahui model perencanaan dan pengembangan pariwisata pada objek wisata Goa Tabuhan sebagai daerah tujuan wisata di Desa Wareng, Kecamatan Punung, Kabupaten Pacitan, (2) Mengetahui partisipasi masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata pada objek wisata Goa Tabuhan sebagai daerah tujuan wisata di Desa Wareng, Kecamatan Punung, Kabupaten Pacitan.	Penelitian ini dilakukan di Desa Wareng, Kecamatan Punung Kabupaten Pacitan. Bentuk penelitiannya adalah penelitian kualitatif dengan strategi studi kasus. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari kata-kata, dan tindakan informan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sampling diambil dengan teknik <i>purposive sampling</i> . Data yang diperoleh dikumpulkan melalui observasi (<i>observation</i>), wawancara mendalam (<i>in depth interiview</i>) dan dokumentasi.	(1) Goa Tabuhan merupakan salah satu objek wisata di Desa Wareng, Kecamatan Punung, Kabupaten Pacitan yang potensial untuk dikembangkan menjadi Daerah Tujuan Wisata (<i>Tourist Destination Area</i>). (2) Masyarakat Desa Wareng memiliki peran strategis sebagai pelaku usaha pariwisata, sebagai pengelola usaha pariwisata maupun sebagai penyedia jasa pariwisata. (3) Masyarakat dilibatkan dalam pembangunan dan pengembangan Goa Tabuhan baik dalam perencanaan, pelaksanaan maupun pemanfaatan. (4) Partisipasi masyarakat lokal Desa Wareng dalam pembangunan objek wisata Goa Tabuhan sudah baik. Namun belum dapat disebut “partisipasi yang sesungguhnya” karena

				berdasarkan hasil analisis dengan ada beberapa point yang belum terpenuhi oleh masyarakat.
3	Partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata alam air terjun Jumog Desa Berjo, Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar.	untuk mengetahui kondisi Air Terjun Jumog dan kegiatan kepariwisataan alamnya, mengetahui partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata alam Air Terjun Jumog untuk pariwisata alam dan konservasi sumberdaya alam, serta mengetahui kondisi sosial ekonomi dan budaya masyarakat lokal hubungannya dengan tingkat partisipasi masyarakat.	Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan inferensial, dengan metode pengambilan data survei sampel. Dalam mendeskripsikan obyek wisata air terjun dan partisipasi masyarakat digunakan analisis tabulasi, sedangkan untuk mengetahui hubungan partisipasi dengan faktor sosial ekonomi dan budaya digunakan analisis <i>Chi Square</i> .	Dari hasil analisis, maka dapat diketahui bahwa obyek wisata alam Air Terjun Jumog yang berada di tanah kas Desa Berjo yang kondisi alamnya sangat sulit dijangkau oleh masyarakat karena hanya ada jalan setapak untuk bisa ke tempat itu dan juga masih ditumbuhi dengan pohon-pohon yang rimbun dan masih alami. Juga diketahui bahwa tingkat partisipasi masyarakat dalam pengelolaan dan pelestarian obyek wisata alam Air Terjun Jumog cenderung sedang (48,89 %) sampai dengan rendah (41,11 %).

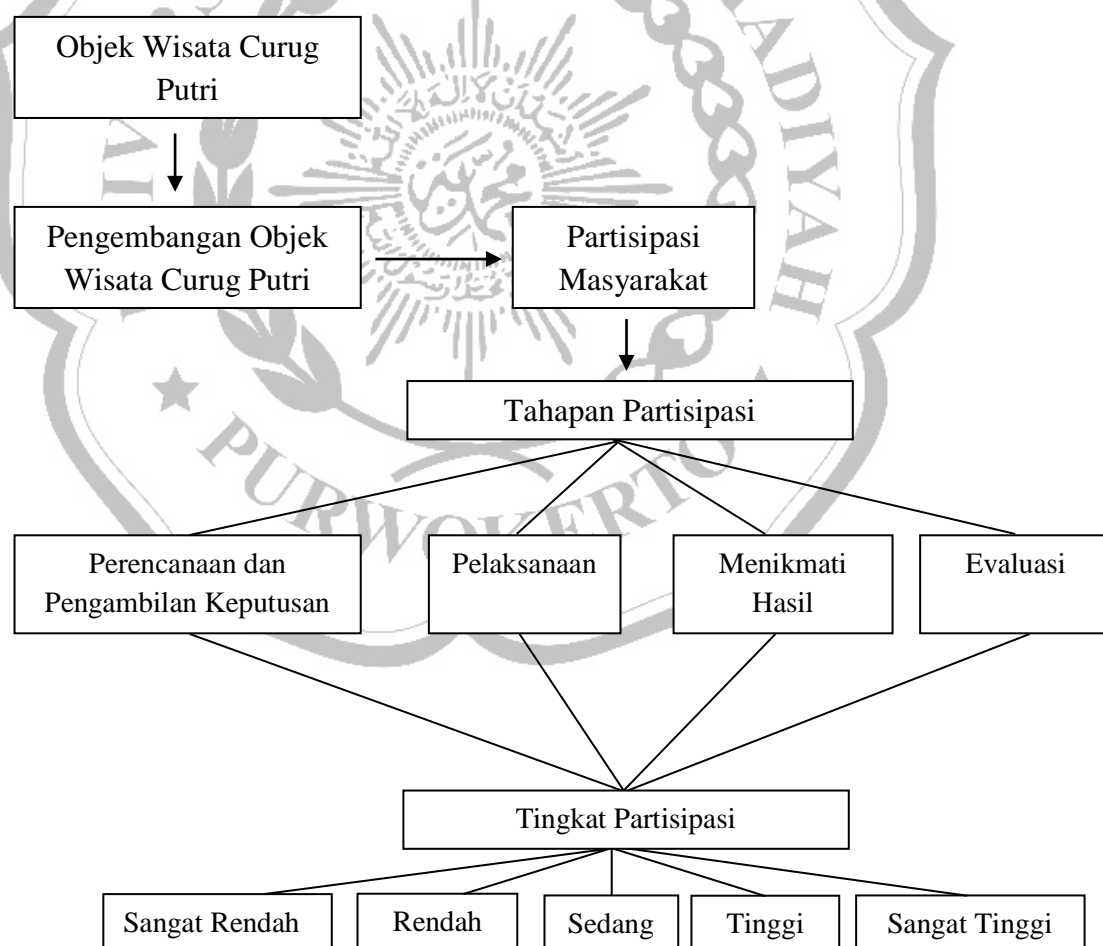
Sumber: Sigit (2015), Yeni (2012), Argyo (2009).

G. Kerangka Pikir

Pembangunan merupakan suatu proses yang terjadi secara terus menerus menuju kearah kemajuan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Pembangunan dan pengembangan Objek Wisata Curug Putri akan cepat berhasil jika dalam pengembangannya mendasarkan peran aktif masyarakat terhadap Objek Wisata Curug Putri.

Pengembangan objek wisata terdapat faktor yang sangat mendukung dalam pengembangannya, yaitu Partisipasi atau keterlibatan masyarakat sekitar dalam kegiatan pengembangan Objek Wisata Curug Putri mutlak

diperlukan, karena mereka yang akan secara langsung berhubungan dengan kegiatan pariwisata yang ada di kawasan tersebut. Terdapat beberapa tahap dalam aspek partisipasi; (1) tahap perencanaan, (2) tahap pelaksanaan, (3) tahap menikmati hasil, dan (4) tahap evaluasi. Masing-masing memiliki kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, sangat rendah. Untuk menumbuhkan rasa memiliki terhadap kawasan pariwisata tersebut dengan memanfaatkannya secara lestari, kerangka pikir penelitian disajikan pada Gambar 2.2 sebagai berikut ini.



Gambar 2.2 Diagram Alir Kerangka Pikir