

Dasar-Dasar Kepariwisataaan dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata

Isdarmanto, SE., MM., M.Par
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo
Yogyakarta - Indonesia
2017

Penyusun:
ISDARMANTO. SE, MM, M.Par

Kerjasama:
Penerbit Gerbang Media Aksara dan STiPrAm Yogyakarta
Jl. Wonosari Km 7 Sampangan Rt 01/00 Banguntapan,
Bantul, Yogyakarta

Perpustakaan Nasional: Katalog dalam Terbitan
PENGETAHUAN BARTENDING MIXING DRINKS
Edisi Pertama: Maret 2016

ISBN: 978-602-72332-5-6
Isi di luar tanggung jawab Percetakan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan hidayah sehingga buku ajar tentang kepariwisataan di Indonesia dengan judul “Dasar-dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Wisata” ini dapat kami selesaikan tepat pada waktunya.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Yth:

1. Kemendikti yang telah memberikan hibah bantuan dana dan pendampingan yang sangat bermanfaat sehingga tersusunnya buku ajar ini.
2. Bpk. Dr. Wahyu Wibowo sebagai pendamping yang telah memberikan pengarah dan pembimbingan.
3. Bpk. Suhendroyono, SH, MM, M.Par sebagai Ketua STIPRAM yang telah memberikan dukungan moril dan materiil.
4. Bpk. Bima Setya Nugraha, SH, M.Hum Ketua LPPM dan Nur Uswatun staff LPPM yang telah membantu terlaksananya program Proposal Hibah Buku Ajar-2017.
5. Dosen-dosen STIPRAM yang telah memberikan motivasi sehingga terselesaikannya Buku Ajar ini.

Tujuan pembuatan buku ajar ini awalnya semata-mata adalah luapan emosional penulis melihat berbagai asset pariwisata Indonesia yang sangat potensial beragam dan indah bahkan tidak dimiliki bangsa lain belum disadari, dipahami oleh sebagian besar masyarakat Indonesia dan pengelolaan destinasi wisata yang ada masih konvensional, sehingga belum memadai sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapan wisatawan baik domestik maupun wisatawan manca Negara (wisman). Penyusunan buku ajar ini khususnya untuk membekali mahasiswa dalam mempelajari ilmu pengetahuan tentang kepariwisataan secara mendalam dari berbagai aspek pengembangan pariwisata di Indonesia yang lebih efektif, mengingat sangat luasnya jangkauan lokasi kepulauan nusantara dari Sabang sampai Merauke, dari keragaman kearifan budaya dan adat istiadat masyarakat lokal, serta aspek geografis dan struktur alam dari setiap pulau yang ada sangat berbeda-beda. Perkembangan teknologi

informasi (IT networking) dan media sosial telah mampu

memudahkan berbagai informasi dan peran multimedia sehingga destinasi wisata di Indonesia yang lokasinya yang berjauhan, beragam, dan banyak jumlahnya serta sangat bervariasi, strategi pengelolaan dari segala aspek peruntukannya dapat diakses lebih mudah dan cepat . Dalam buku ini pula dijabarkan pengertian dasar pengelolaan tentang destinasi pariwisata, di mana mencakup semua dimensi pola pikir dan pandangan yang kompleks tentang pariwisata. Pengertian tentang arah pengembangan dan pelayanan produk destinasi pariwisata serta pengelolaan, pelaksanaan kebijakan stakeholder pariwisata. Dasar-dasar analisis di bidang pariwisata yang menawarkan berbagai produk destinasi pariwisata, pelayanan pariwisata yang berkualitas, design arah tujuan destinasi pariwisata (produk dan jasa) yang terkait secara horizontal, vertikal atau diagonal di sepanjang waktu, yang dilayani oleh sektor publik dan swasta.

Pemahaman terhadap aspek asset pariwisata baik fisik yang berwujud (tangible), juga tidak berwujud (intangible), gambaran, identitas, kepribadian yang harus mampu dimiliki setiap mahasiswa sebagai generasi penerus yang bertanggung jawab untuk melestarikannya. Pariwisata menjadi industri penguat ekonomi nasional yang sangat kompetitif dan memerlukan pendekatan manajemen good governant yang terkoordinasi berdasarkan visi kolektif dan kemitraan yang kuat.

Dengan memahami secara mendalam mahasiswa diharapkan mampu menyadari betapa potensialnya destinasi pariwisata tersebut bagi pengembangan pariwisata secara berkelanjutan (sustainable tourism development), sehingga memiliki peran dan tanggung jawab secara sadar ikut menjaga, melestarikan, disiplin dalam pariwisata serta mengelola dan mengembangkannya untuk kesejahteraan masyarakat .

Kami yakin dalam penyusunan buku ini masih jauh dari sempurna, maka saran dan kritikan atau saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Yogyakarta, 10 Nopember 2017

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Pengertian Pariwisata	3
1.3.Sejarah Pariwisata.....	5
1.4.Dasar-dasar Pariwisata	6
1.4.1. Wisatawan	6
1.4.2. Elemen Geografis	7
1.4.3. Pariwisata sebagai system.....	8
BAB II. INDUSTRI PARIWISATA	11
2.1. Aspek Kepariwisataan	12
2.2. Unsur-unsur Pariwisata	13
2.2.1. Daya Tarik Wisata (Tourist attraction)	14
2.2.2. Fasilitas dan Jasa Pelayanan Wisata (Amenities)	15
2.2.3. Kemudahan untuk mencapai destinasi wisata (Accesibility)	18
2.2.4. Keramah tamahan (ancilliary=Hospitality)	20
2.3. Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia.....	20
BAB III. POKOK-POKOK TENTANG PARIWISATA	23
3.1. Pengertian Pariwisata.....	24
3.2. Jenis-jenis Wisatawan	25
3.3. Produk Pariwisata	30
3.4. Atraksi Pariwisata	31
3.5. Sarana Pariwisata	34
3.5.1. Transportasi wisata	34
3.5.2. Akomodasi (Karakteristik; Jenis Akomodasi)	35
3.5.3. Restoran	40
3.5.4. Penyelenggaraan Usaha Bisnis Hotel.....	42

3.5.5. Jasa Penunjang Wisata (Guide; Travel Agent)	45
3.6. Prasarana Pariwisata.....	50
3.7. Bentuk Pariwisata	51
BAB IV. PROSPEK PENGEMBANGAN PARIWISATA	53
4.1. Prospek dan Tantangan Pariwisata Abad 21	53
4.2. Analisis Perkembangan Pariwisata	54
4.3. Bagaimana Memaknai Pariwisata	56
4.4. Aspek Pengembangan Pariwisata	59
4.5. Organisasi Industri Pariwisata	62
4.6. Bentuk-bentuk Pariwisata	64
BAB. V. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERWISATA	71
5.1. Faktor-faktor baik intern maupun ekstern	71
5.2. Aspek Sapta pesona pariwisata	71
5.3. Macam Ragam destinasi Pariwisata	73
5.4. Fenomena Kondisi kepariwisataan nasional	75
5.5. Macam-macam jenis sarana wisata	79
5.6. Macam jenis kegiatan wisata	80
5.7. Pengusaha Objek dan Daya Tarik Wisata	82
5.8. Daerah Tujuan Wisata di Indonesia	88
5.9. Strategi Pembangunan Pariwisata Indonesia	??
5.10. Pengembangan Destinasi Wisata Bahari	??
5.11. Objek Wisata Unggulan di Indonesia	??
BAB. VI. PEMBANGUNAN PARIWISATA BERKELANJUTAN	157
6.1. Program Pengembangan Pariwisata	157
6.2. Penilaian dan Sertifikasi terhadap Komponen Produk Wisata.....	160
6.3. Pengembangan Motivasi Wisatawan	162
6.4. Pengertian Perjalanan Wisata	166
6.5. Faktor Terwujudnya Perjalanan Wisata	167

6.6. Pariwisata di Jaman Modern dan Era Globalisasi	169
6.6.1. Perkembangan Dunia Transportasi Modern	170
6.6.2. Perkembangan Pariwisata dengan bangunan pencakar langit di dunia	174
6.7. Wisata Bahari (Marine Tourism)	176
6.7.1. Sejarah perkembangan wisata bahari	177
6.7.2. Keterkaitan Motivasi & karakteristik terhadap perkembangan Marine Tourism	177
6.8. Pengembangan MICE dalam Pariwisata	180
6.8.1. Jenis Kegiatan MICE	181
6.8.2. Peran MICE dalam Industri Pariwisata	184
6.9. Sustainable Tourism	190
BAB VII. Kesimpulan	194
Daftar Pustaka	196
Daftar Gambar	199
Glosarium	201
Indeks	205
Biodata Penulis	206

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata yang telah diakui sebagai ilmu mandiri sejak 13 juli 2008 di Jakarta yang lalu benar-benar merupakan suatu kebijakan yang tepat dan jelas sesuai dengan kenyataannya memang ilmu Kepariwisata harus lebih diperdalam pemahamannya khususnya bagi pendidikan pariwisata dan dikembangkan searah dengan perubahan globalisasi yang sangat cepat ini. Pariwisata lebih spesifik merupakan gejala dari pergerakan manusia secara temporer dan spontan di dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Gejala-gejala tersebut mendorong dan menumbuhkan kegiatan-kegiatan dalam bidang konsumsi dan produksi barang dan jasa-jasa dan pelayanan yang diperlukan oleh wisatawan. Banyak Negara berkembang saat ini sudah lebih professional dalam menggarap aspek pengembangan pariwisatanya seperti Singapore, Malaysia, Thailand bahkan Cambodia yang potensi wisatanya kurang namun telah mampu menyerap wisatawan yang luar biasa mengalahkan Indonesia. Hal tersebut perlu menjadikan pemikiran yang lebih serius dari para pelaku pariwisata di Indonesia. Jumlah wisatawan mancanegara yang masih relatif rendah dan dengan potensi wisata yang jauh lebih besar dan beragam dibanding negara tetangga Indonesia sesungguhnya berpeluang cukup besar untuk menarik jauh lebih banyak lagi wisatawan mancanegara ke negaranya. Apalagi dalam beberapa tahun belakangan ini telah terjadi perubahan *consumer behaviour pattern* atau pola konsumsi dari para wisatawan ke jenis wisata yang lebih tinggi, yakni menikmati produk atau kreasi budaya (*culture*) dan peninggalan sejarah (*heritage*), serta *nature* atau eko-wisata dari suatu daerah atau negara. Sebagai negara yang sarat dengan sejumlah besar peninggalan sejarah, kekayaan atraksi budaya yang sangat beragam dan unik, nature maupun eko wisata yang tersebar di hampir seluruh pelosok nusantara, peluang Indonesia untuk menjadi daerah tujuan wisatawan mancanegara menjadi semakin besar.

Fenomena perkembangan dunia pariwisata dalam era globalisasi ini menunjukkan banyak perubahan yang sangat signifikan dari aspek bisnis

akomodasi, kuliner, atraksi wisata, Transportasi Udara, Transportasi Darat, Transportasi Laut, serta Bisnis Travel, paket-paket wisata yang ada di berbagai daerah di Indonesia. Dampak yang terjadi adalah tidak seimbangnya sarana prasarana pariwisata dengan meningkatnya wisatawan yang ada. Efek negative yang terjadinya adalah kemacetan di berbagai jalur lalu lintas di seluruh kota di Indonesia, sehingga wisatawan asing menjadi berfikir untuk datang mengunjungi Indonesia. Namun hal tersebut belum banyak disikapi oleh sebagian pemangku kebijakan dari pemerintah daerah dengan solusi penanganan aksesibilitasnya yang lebih memadai. Banyak jalur lalu lintas menuju destinasi wisata yang sangat potential belum memadai (sempit) untuk dua jalur apalagi untuk bus wisata. Di saat liburan selalu menghadapi hambatan kemacetan, sehingga mempengaruhi minat wisatawan selanjutnya. Faktor fisik lingkungan tersebut biasanya sangat berpengaruh langsung “**sikap**” dari wisatawan dan menumbuhkan motivasi tertentu. Motivasi ini merupakan dasar penyebab dari timbulnya kegiatan wisatawan yang sering disebut dengan dengan “**motif**” yakni motif perjalanan. Motif merupakan perwujudan konkrit dari keinginan-keinginan yang harus dipenuhi. Sebagai contoh : kehidupan santai, yaitu keinginan yang disebabkan oleh akibat kelelahan badan, keresahan jiwa dan tekanan hidup di kota. Untuk itu perlu pemahaman pariwisata secara mendalam dengan ilmu pengetahuan *Tourism introduction* ini sehingga mampu mengantisipasi dan menangani permasalahan yang setiap waktu bisa terjadi. Pengetahuan saat ini menjadi sumber keunggulan yang kompetitif bagi perusahaan-perusahaan. Pengetahuan menjadi unsur yang mendorong kearah keberhasilan bisnis melalui berbagai inovasi bisnis seperti teknologi, produk, proses maupun model bisnis yang baru. Pengetahuan membantu karyawan untuk memahami pekerjaan baru dan memberikan pengakuan pribadi dalam departemennya. (Cheng,2002).

Pengetahuan mendorong profit bagi perusahaan untuk mendapatkan peningkatan modal dan keberlangsungan keunggulan kompetitif (Wickramansinghe, 2005). Pengetahuan karenanya dianggap sebagai asset yang harus dihargai, dikembangkan dan dikelola (Bogdanowicz & Balley, 2002). Dengan demikian pengetahuan Pengantar Ilmu Pariwisata ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pembekalan sebagai pendorong perkembangan dunia pariwisata selanjutnya.

1.2. Pengertian Pariwisata

Pemahaman akan pengertian dari makna pariwisata memiliki banyak definisi, ini salah satu pengertian pariwisata menurut para ahli. Menurut Hunziger dan Krapf dari Swiss dalam *Grundriss Der Allgemeinen Fernverkehrslehre*, menyatakan pariwisata adalah keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing disuatu tempat dengan syarat orang tersebut tidak melakukan suatu pekerjaan yang penting (*Major Activity*) yang memberi keuntungan yang bersifat permanent maupun sementara. (Hunziger, 2008)

Jadi dapat dikatakan pada dasarnya pariwisata itu motif kegiatannya adalah untuk mengisi waktu luang, untuk bersenang-senang, bersantai, studi, kegiatan Agama, dan mungkin untuk kegiatan olahraga. Selain itu semua kegiatan tersebut dapat memberi keuntungan bagi pelakunya baik secara fisik maupun psikis baik sementara maupun dalam jangka waktu lama, serta untuk prospek jangka panjangnya (*sustainable tourism*).

Jutaan orang telah mengenal tentang pariwisata, bahkan sering melakukan dan mampu menikmati pariwisata setiap saat, namun kenyataannya masih belum mampu mendalami arti dan makna pariwisata secara utuh. Kegiatan pariwisata adalah kegiatan yang bersifat multi sektoral yaitu dilakukan oleh banyak pihak (minimum 18 organisasi) yang mereka semua mempunyai kepentingan yang sama dan saling mendapatkan manfaatnya. Disebut juga multi dimensional yakni pariwisata itu membutuhkan support atau dukungan dari segala aspek pandangan, pemahaman, idea pendapat yang berbeda-beda dari berbagai lintas sektoral. baik non pemerintah ikut serta menangani dan melibatkan banyak: sektor, instansi, disiplin. Sehingga kebutuhan pokok dari pariwisata adalah koordinasi.

Koordinasi yang paling tepat adalah koordinasi *sapu lidi*, yaitu : ***diatas ketat dan bagian bawah ambyar***. Sehingga dalam memaknai pariwisata harus mampu mendalami secara utuh sebagai kesatuan dari berbagaimulti disiplin ilmu dan organisasi juga berbagai pendapat dan pandangan dan idea kreatif, inovatif yang harus mampu dikoordinasikan oleh para pelaku-pelaku pariwisatanya (Stakeholder Pariwisata) secara efektif sehingga semua mendapatkan manfaatnya.

Pertumbuhan pariwisata sebagai industri belakangan ini menunjukkan grafik yang sangat meningkat dan bahkan mampu mendongkrak pertumbuhan ekonomi Indonesia semakin baik. Menurut definisi yang luas pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata bila memenuhi tiga persyaratan yang diperlukan, yaitu :

1. Harus bersifat sementara, artinya tidak menetap.
2. Harus bersifat sukarela, artinya kesadaran minat sendiri bukan karena dipaksa.
3. Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah atau bayaran. (Mariyani,2015).

Dalam kesimpulannya pariwisata adalah keseluruhan fenomena (gejala) dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia di luar tempat tinggalnya. Dengan maksud bukan untuk tinggal menetap dan tidak berkaitan dengan pekerjaan-pekerjaan yang menghasilkan upah. (Soebagio,2012)

Jadi dapat di katakan pada dasarnya pariwisata itu motif kegiatannya adalah untuk mengisi waktu luang, untuk bersenang-senang, bersantai, studi, kegiatan Agama, dan mungkin untuk kegiatan olahraga. Selain itu semua kegiatan tersebut dapat memberi keuntungan bagi pelakunya baik secara fisik maupun psikis baik sementara maupun dalam jangka waktu lama.

Kepariwisataan dipandang sebagai sesuatu yang abstrak , misalnya saja sebagai suatu gejala yang melukiskan kepergian orang-orang didalam negaranya sendiri (pariwisata domestik) atu penyeberangan orang-orang pada tapal batas suatu negara (pariwisata internasional).

Secara khusus kepariwisataan dapat dipergunakan sebagai suatu alat untuk memperkecil kesenjangan saling pengertian diantara negara-negara sumber wisatawan dengan negara penerima wisatawan, memupuk hubungan yang baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial, dan teknologi dan berfungsi dapat membantu meningkatkan dan memupuk hubungan

tersebut sehingga dengan demikian akan memperluas wawasan saling pengertian diantara bangsa-bangsa. Pada hampir kebanyakan Negara-negara berkembang ada kecenderungan menjadikan cahaya matahari (*sun*), pantai (*shore*); pasir (*Sand*); dan bahkan seks yang dikemas dengan daya tarik seni budaya serta keramahtamahan untuk menarik wisatawan datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata (DTW). (Yoeti, 2005).

Pembangunan pariwisata daerah secara regional akan lebih mudah dilakukan melalui pengembangan pariwisatanya, terutama dalam menghadapi terjadinya gejala urbanisasi sebagai akibat semakin padatnya penduduk pada suatu kota yang sering menimbulkan masalah sosial dan ekonomi. Yang diharapkan dengan perkembangan pariwisata memberikan kenikmatan dan kepuasan pada wisatawan dan kemakmuran serta kesejahteraan bagi masyarakat lingkungannya.



Gambar 1 : Obyek wisata Goa Pindul Kabupaten Gunung Kidul yang sedang trend saat ini, namun jalur lalu lintas kelokasi pada saat liburan sering macet total.

1.3. Sejarah pariwisata

Pengertian tentang Pariwisata dan wisatawan timbul di Perancis pada akhir abad ke 17. Tahun 1972 Maurice Menerbitkan buku petunjuk "*The True Guide For Foreigners Travelling in France to Appreciate its Beneivialities, Learn the language and take exercise.*" Dalam buku ini disebutkan ada dua perjalanan yaitu perjalanan besar dan kecil (*Grand Tour* dan *Petit Tour*). (Maurice, 1972)

Menurut sejarah *Grand Tour* di Inggris mendapat arti yang berbeda

yaitu dijadikan unsur pendidikan diplomasi dan politik. Pertengahan abad ke-19 Jumlah orang yang berwisata masih terbatas karena butuh waktu lama dan biaya besar, keamanan kurang terjamin, dan sarannya masih sederhana, tetapi sesudah Revolusi Industri Keadaan itu berbuah, tidak hanya golongan elite saja yang bisa berpariwisata tapi kelas menengah juga. Hal ini ditunjang juga oleh adanya kereta api. Pada abad Ke-20 terutama setelah perang dunia II kemajuan teknik produksi dan teknik penerbangan menimbulkan peledakan pariwisata. Perkembangan terakhir dalam pariwisata adalah munculnya perjalanan paket (*Package tour*).

1.4. Dasar - Dasar Pariwisata

Pariwisata adalah kegiatan bersifat dinamis yang melibatkan banyak manusia baik secara individu maupun kelompok serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Beberapa istilah kepariwisataan dijabarkan supaya orang menjadi terbiasa. Tujuan perjalanan juga akan dikupas sehingga perbedaan wisatawan vakansi dan wisatawan bisnis perlu dijelaskan berikut dengan ciri-ciri yang membedakannya. Masing-masing wisatawan memiliki tujuan dan kepentingan yang berbeda sehingga penanganan pelayanan serta fasilitas serta sarana prasarananyapun perlu pendekatan yang khusus.

Sedangkan Konsep dan definisi tentang pariwisata, wisatawan serta klasifikasinya perlu ditetapkan dikarenakan sifatnya yang dinamis. Dalam kepariwisataan, menurut Leiper dalam Cooper et.al (1998:5) terdapat tiga elemen utama yang menjadikan kegiatan tersebut bisa terjadi. Kegiatan wisata terdiri atas beberapa komponen utama yaitu :

1. Wisatawan (*Tourist*)

Wisatawan adalah aktor pelaku dalam kegiatan wisata. Berwisata menjadi sebuah pengalaman manusia untuk menikmati, mengantisipasi dan mengingatkan masa-masa di dalam proses menikmati kehidupan dalam perjalanan mereka.

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan baik secara individu maupun kelompok sejauh minimal 80 km dalam waktu lebih dari 24 jam dengan tujuan untuk mencari kesenangan/rekreasi di objek/destinasi wisata.

- a. Wisatawan Domestik
 - b. Wisatawan Asing
 - c. Domestic Foreign Tourist
 - d. Indigenous Tourist
 - e. Transit Tourist
 - f. Business Tourist
2. Elemen geografi

Pergerakan wisatawan yang berlangsung pada tiga area geografi, seperti berikut ini.

a. Daerah Asal Wisatawan (DAW)

Daerah tempat asal wisatawan berada, tempat ketika melakukan aktivitas keseharian, seperti bekerja, belajar, tidur dan kebutuhan dasar lain. Rutinitas itu sebagai pendorong untuk memotivasi seseorang berwisata. Dari DAW, seseorang dapat mencari informasi tentang obyek dan daya tarik wisata yang diminati, membuat pemesanan dan berangkat menuju daerah tujuan.

b. Daerah Transit (DT)

Tidak seluruh wisatawan harus berhenti di daerah itu. Namun, seluruh wisatawan pasti akan melalui daerah tersebut sehingga peranan DT pun penting. Seringkali terjadi, perjalanan wisata berakhir di daerah transit, bukan di daerah tujuan. Hal inilah yang membuat negara-negara seperti Singapura dan Hong Kong berupaya menjadikan daerahnya multifungsi, yakni sebagai Daerah Transit dan Daerah Tujuan Wisata.

c. Daerah Tujuan Wisata

Daerah ini sering dikatakan sebagai *sharp end* (ujung tombak) nya pariwisata. Di DTW ini dampak pariwisata sangat dirasakan sehingga dibutuhkan perencanaan dan strategi manajemen yang tepat. Untuk menarik wisatawan, DTW merupakan pemacu keseluruhan sistem pariwisata dan menciptakan permintaan untuk perjalanan dari DAW. DTW juga merupakan *raison d'être* atau alasan utama (DTW) yakni perkembangan pariwisata yang menawarkan hal-hal yang berbeda dengan rutinitas wisatawan.

3. Industri pariwisata

Elemen ketiga dalam sistem pariwisata adalah industri pariwisata. Industri yang menyediakan jasa, daya tarik, dan sarana wisata. Industri yang merupakan unit-unit usaha atau bisnis di dalam kepariwisataan dan tersebar di ketiga area geografi tersebut. Sebagai contoh, biro perjalanan wisata bisa ditemukan di daerah asal wisatawan, Penerbangan bisa ditemukan baik di daerah asal wisatawan maupun di daerah transit, dan akomodasi bisa ditemukan di daerah tujuan wisata. Pariwisata merupakan gejala dari pergerakan manusia secara temporer dan spontan di dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Gejala-gejala tersebut mendorong dan menumbuhkan kegiatan-kegiatan dalam bidang konsumsi dan produksi barang dan jasa-jasa yang diperlukan oleh wisatawan.

Pengertian lain Pariwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan. Dalam Undang-undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa :

- a. 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.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.
- d. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin tersebut diatas yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah dan pengusaha.
- e. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
- f. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

- g. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan /atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Menurut WTO (1999:5) yang dimaksud dengan pariwisata :

- a. *Tourism – activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes.*

Pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya. Perjalanan wisata ini berlangsung dalam jangka waktu tidak lebih dari satu tahun secara berturut-turut untuk tujuan bersenang-senang, bisnis dan lainnya.

- b. *Visitor – any person traveling to a place other than that of his/her usual environ-ment for less than 12 consecutive months and whose main purpose of travel is not to work for pay in the place visited.* Dapat diartikan pengunjung adalah siapa pun yang melakukan perjalanan ke daerah lain di luar dari lingkungan kesehariannya dalam jangka waktu tidak lebih dari 12 bulan berturut-turut dan tujuan perjalanan tidak untuk mencari nafkah di daerah tersebut.

- c. *Tourist – overnight visitor, visitor staying at least one night In a collective or private accommodation in the place visited.*

Wisatawan merupakan pengunjung yang menginap atau pengunjung yang tinggal di daerah tujuan setidaknya satu malam di akomodasi umum ataupun pribadi.

- d. *Same day visitor – excursionists, visitor who does not spend the night in a collective or private accommodation in the place visited;*

Pengunjung harian adalah ekskursionis, pengunjung yang tidak bermalam di akomodasi umum atau pribadi di daerah tujuan.

Definisi-definisi tersebut diatas menjabarkan unsur-unsur penting yang harus dikelola dan ada dalam kepariwisataan yaitu sebagai berikut :

1. Jenis aktivitas yang dilakukan dan maksud tujuan dari kunjungan
2. Lokasi kegiatan wisata yang dituju.
3. Aksesibilitas yang bisa ditempuh .

4. Rencana lamanya tinggal di daerah tujuan wisata (*Length of stay*)
5. Sarana prasarana serta fasilitas amenities dan pelayanan yang dapat dimanfaatkan yang mampu disediakan oleh usaha pariwisata.

Dengan memahami kelima unsur-unsur tersebut pengelola pariwisata harus mampu menjabarkan maksud dan tujuannya, sehingga mampu melakukan pendekatan dalam aspek pelayanan yang lebih berkualitas dan memadahi. Wisatawan yang berbeda-beda memiliki kepentingan yang berbeda pula, apalagi culture /budaya mereka yang berbeda harus dengan pendekatan (*customer culture approach*) yang lebih spesifik dalam pemenuhan kepuasan mereka. Lokasi yang memenuhi persyaratan aksesibilitas kemudahan untuk dijakau wisatawan beserta sarana prasarana serta fasilitas amenities yang dibutuhkan selama tinggal serta pelayanan yang berkualitas sangat mendukung terciptanya kepuasan wisatawan yang akan menciptakan image / citra positif terhadap kelangsungan pengembangan pariwisata selanjutnya.

BAB II

INDUSTRI PARIWISATA

Ada beberapa pengertian tentang industri pariwisata, antara lainnya sebagai kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa (*goods and services*) yang dibutuhkan para wisatawan pada khususnya dan traveler pada umumnya, selama dalam perjalanannya. (Yoeti, 1985).

Istilah industri sering diidentikkan dengan semua kegiatan ekonomi manusia yang mengolah barang mentah atau bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Dari definisi tersebut, istilah industri sering disebut sebagai kegiatan manufaktur (*manufacturing*). Padahal, pengertian industri sangatlah luas, yaitu menyangkut semua kegiatan manusia dalam bidang ekonomi yang sifatnya produktif dan komersial. Disebabkan kegiatan ekonomi yang luas maka jumlah dan macam industri berbeda-beda untuk tiap negara atau daerah. Pada umumnya, makin maju tingkat perkembangan perindustrian di suatu negara atau daerah, makin banyak jumlah dan macam industri, dan makin kompleks pula sifat kegiatan dan usaha tersebut. Kegiatan industri sebenarnya sudah lama ada, yaitu sejak manusia berada di muka bumi ribuan tahun yang lalu dalam tingkat yang sangat sederhana. Seiring dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dimiliki manusia, kegiatan industri pun tumbuh dan berkembang semakin kompleks. (Riza Amelia.2014).

Pengertian tentang industri pariwisata yang lainnya adalah suatu susunan organisasi, baik pemerintah maupun swasta yang terkait dalam pengembangan, produksi dan pemasaran produk suatu layanan yang memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang bepergian. (Kusudianto, 1996)

Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata (Undang-Undang Pariwisata no 10 tahun 2009).

Menurut Damarji (Yoeti, 1996), pengertian industri Pariwisata adalah rangkuman dari berbagai bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk dan service yang nantinya secara langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa industri dengan industri pariwisata sangat berbeda sekali, industri merupakan pengolahan barang yang belum jadi menjadi barang yang sudah jadi dan siap untuk digunakan. Sedangkan, industri pariwisata sangat berbeda sekali pengertiannya dengan industri. Industri Pariwisata merupakan suatu industri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang diperuntukkan pada para wisatawan agar terpenuhi kesenangannya dalam berwisata.

2.1. Aspek Kepariwisataan

Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata (Yoeti, 1997). Wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Sedangkan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. *“Tourism is an integrated system and can be viewed in terms of demand and supply. The demand is made up of domestic and international tourist market. The supply is comprised of transportations, tourist attractions and activities, tourist facilities, services and related infrastructure, and information and promotion. Visitors are defined as tourist and the remainder as same-day visitors”*.

Pada garis besarnya, definisi tersebut menunjukkan bahwa kepariwisataan memiliki arti keterpaduan yang di satu sisi diperani oleh faktor permintaan dan faktor ketersediaan. Faktor permintaan terkait oleh permintaan pasar wisatawan domestik dan mancanegara. Sedangkan faktor ketersediaan dipengaruhi oleh transportasi, atraksi wisata dan aktifitasnya, fasilitas-fasilitas, pelayanan dan prasarana terkait serta informasi dan promosi.

Perencanaan pariwisata pada dasarnya ditujukan untuk memberikan manfaat sebesar besarnya bagi daerah tujuan wisata sekaligus meminimalisir dampak negatif dari proses dan hasil pengembangan

pariwisata di daerah tersebut. Disisi lain pengembangan pariwisata yang harus berkesinambungan dan terus memberikan sumbangan bagi kesejahteraan dan kemaslahatan penduduk,serta seterusnya meningkatkan kualitas lingkungan serta melestarikan budaya setempat. (Djoko Soedibyo, 2005)

Pariwisata merupakan industri perdagangan jasa yang memiliki mekanisme pengaturan yang kompleks karena mencakup pengaturan pergerakan wisatawan dari negara asalnya, di daerah tujuan wisata hingga kembali ke negara asalnya yang melibatkan berbagai hal seperti; transportasi, penginapan, restoran, pemandu wisata, dan lain-lain. Oleh karena itu, industri pariwisata memegang peranan yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata.

Dalam menjalankan perannya, industri pariwisata harus menerapkan konsep dan peraturan serta panduan yang berlaku dalam pengembangan pariwisata agar mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang nantinya bermuara pada pemberian manfaat ekonomi bagi industri pariwisata dan masyarakat lokal. Industri-industri pariwisata yang sangat berperan dalam pengembangan pariwisata adalah: biro perjalanan wisata, hotel dan restoran. Selain itu juga didukung oleh industri-industri pendukung pariwisata lainnya.

2.2. Unsur-unsur Pariwisata

Pada dasarnya bagian-bagian dari gejala pariwisata terdiri dari tiga unsur :

1. **Manusia** (unsur insani sebagai pelaku kegiatan pariwisata)
2. **Tempat** (unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri)
3. **Waktu** (unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan itu sendiri selama berdiam ditempat tujuan).

Faktor khas pada umumnya berkaitan dengan maksud bepergian, sifat sementara bepergian tersebut, penggunaan fasilitas wisata, dan yang dianggap paling penting yaitu faktor kenikmatan dan perasaan yang rileks berekreasi. Kita akui kedua faktor terakhir ini bukanlah faktor kepariwisataan yang mutlak (*sinequa non*) karena orang yang berpariwisata bisnis (misalnya pelajar) haruslah pula mereka itu tetap

dianggap sebagai wisatawan, meskipun dalam beberapa hal kaidah kenikmatan dan rekreasi bukanlah tujuan utama kepergian mereka.

Sisi lain pariwisata hendaknya dilihat dari sudut pandangan negara penerima wisatawan. Didalam konteks ini pariwisata hendaknya dipandang sebagai suatu industri yang turut memberi andil dalam pembangunan sosial ekonomi, baik negara itu sudah maju atau sedang berkembang.

Istilah industri pariwisata mungkin terasa sebagai sebutan yang agak aneh bagi mereka yang selama ini menganut batasan pengertian industri klasik, yang senantiasa berarti suatu proses dengan maksud untuk meningkatkan kekayaan. Struktur industri dapat berbeda menurut hakikat hasil produksinya dan pasaran tempat hasil produksi itu dijual. Juga struktur industri yang dibedakan berdasarkan bahan baku yang dipergunakan dan kondisi tempat bahan itu diolah.

Unsur-unsur Pariwisata yang mutlak sangat menentukan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan adalah unsur pengelolaan dari :

1. Daya Tarik Wisata (*Attractions*)

Dalam kegiatan wisata, ada pergerakan manusia dari tempat tinggalnya menuju ke destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata, merupakan kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Dengan demikian, faktor daya tarik wisata merupakan salah satu unsur yang membentuk dan menentukan suatu daerah menjadi destinasi pariwisata.

Setiap destinasi pariwisata memiliki daya tarik berbeda-beda sesuai dengan kemampuan atau potensi yang dimiliki. Di bawah ini adalah jenis daya tarik wisata yang biasanya ditampilkan di destinasi pariwisata :

- a. Daya tarik wisata alam (*natural tourist attractions*), segala bentuk daya tarik yang dimiliki oleh alam, misalnya: laut, pantai, gunung, danau, lembah, bukit, air terjun, ngarai, sungai, hutan
- b. Daya tarik wisata buatan manusia (*man-made tourist attractions*), meliputi: Daya tarik wisata budaya (*cultural tourist attractions*),

misalnya: tarian, wayang, upacara adat, lagu, upacara ritual dan daya tarik wisata yang merupakan hasil karya cipta, misalnya: bangunan seni, seni pahat, ukir, lukis.

Daya tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen produk pariwisata karena dapat memunculkan motivasi bagi wisatawan dan menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata, hal demikian terlebih terjadi di destinasi pariwisata yang memiliki sangat beragam dan bervariasi daya tarik wisata, seperti yang ditulis oleh Robert Christie Mill dalam buku *“Tourism: The International Business”* (1990): *“Attractions draw people to a destination”*.

Attraction atau atraksi adalah produk utama sebuah destinasi. Atraksi berkaitan dengan *what to see* dan *what to do*. Apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di destinasi tersebut. Atraksi bisa berupa keindahan dan keunikan alam, budaya masyarakat setempat, peninggalan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan. Seharusnya sebuah atraksi harus mempunyai nilai diferensiasi yang tinggi. Unik dan berbeda dari daerah atau wilayah lain.

2. Fasilitas dan Jasa Pelayanan Wisata (*Amenities*)

Amenity atau amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain yang mungkin juga diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan, seperti toilet umum, *rest area*, tempat parkir, klinik kesehatan, dan sarana ibadah sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi. Tentu saja fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu melihat dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi sendiri dan kebutuhan wisatawan. Tidak semua amenitas harus berdekatan dan berada di daerah utama destinasi. Destinasi alam dan peninggalan bersejarah sebaiknya agak berjauhan dari amenitas yang bersifat komersial, seperti hotel, restoran dan *rest area*.

Disamping daya tarik wisata, wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang perjalanan tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan perjalanan tersebut, perlu

disediakan bermacam-macam fasilitas, mulai dari pemenuhan kebutuhan sejak berangkat dari tempat tinggal wisatawan, selama berada di destinasi pariwisata dan kembali ke tempat semula. *“Attractions bring people to the destination; facilities service them when they get there. Because they are away from home, the visitor requires certain things a place to stay, something to eat and drink”* (Robert Christie Mill, 1990).



Gambar 2: Daya tarik Obyek wisata Air Terjun Kedung Pedut yang belum terekspos ini memiliki keunikan sebagai obyek wisata, namun belum terkelola dengan baik sebagai wisata unggulan di Kabupaten Kulonprogo Yogyakarta.

Daya tarik atraksi wisata yang membawa wisatawan ke tujuan (destinasi) ; harus memberikan fasilitas pelayanan berkualitas pada wisatawan ketika mereka sampai disana, karena mereka berada jauh dari rumah, pasti membutuhkan hal-hal tertentu seperti akomodasi tempat tinggal, dan sesuatu fasilitas untuk makan dan minum mereka selama tinggal. Fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan tersebut muncul dalam satu kesatuan yang saling terkait tidak dapat dipisahkan, dan saling melengkapi satu sama lain, sehingga dalam suatu perjalanan wisata, seluruh komponen yang digunakan tidak dapat dipisahkan, tergantung pada karakteristik dan bentuk perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan.



Gambar 3 : Daya tarik wisata Sky Bridge yang ada di Pulau Langkawi Malaysia, bisa dicontoh dan dikembangkan di Indonesia yang memiliki wisata alam yang luar biasa banyaknya.

Burkart dan Medlik mengemukakan lima karakteristik sebagai pedoman untuk memahami pariwisata. Karakteristik-karakteristik tersebut ialah:

- a. Karena kompleksitasnya, pariwisata lebih merupakan suatu phenomena dan hubungan- hubungan dari pada sesuatu yang berdiri sendiri.
- b. Phenomena dan hubungan-hubungan tersebut timbul karena perjalanan dan persinggahan manusia di berbagai tempat tujuan. Jadi di dalamnya terdapat unsur dinamik yaitu perjalanan, dan unsur statis yaitu persinggahan.
- c. Tempat tujuan perjalanan dan persinggahan itu berbeda dengan tempat tinggal dan tempat kerja wisatawan sehari-hari, sehingga aktivitas mereka pun berbeda dengan aktivitas penduduk setempat.
- d. Perjalanan dan persinggahan tersebut bersifat sementara, mereka akan kembali ke tempat tinggal asalnya dalam beberapa hari, minggu, atau bulan.
- e. Kunjungan ke berbagai tempat tujuan itu bukan dimaksudkan untuk bekerja atau mencari nafkah. (**Burkart & Medlik, 1974**).



Gambar 4 : Cable Car di Pulau Langkawi Malaysia memiliki ketinggian 700 meter diatas permukaan laut, yang memiliki tiga stage yang setiap stage wisatawan bisa berhenti keluar dari cable car untuk menikmati pemandangan alam yang berbeda, kemudian naik lagi seterusnya sampai yang teratas..

Komponen fasilitas dan jasa pelayanan perjalanan biasanya terdiri dari unsur alat transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas makan dan minum dan fasilitas penunjang lainnya yang bersifat spesifik dan disesuaikan dengan kebutuhan perjalanan. Komponen ini tidak terlepas dari adanya komponen prasarana atau infrastruktur, yaitu suatu komponen yang menjamin bagi tersedianya kelengkapan fasilitas. Fasilitas transportasi baru dapat disediakan apabila ada jaminan bahwa prasarana jalan sudah tersedia, demikian juga fasilitas telekomunikasi dapat disediakan apabila prasarana jaringan penghubung ke destinasi pariwisata tersebut sudah tersedia.

3. Kemudahan untuk mencapai destinasi wisata (*Accessibility*)

Dalam suatu perjalanan wisata, terdapat pula faktor yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu faktor aksesibilitas, yang berarti kemudahan yang tersedia untuk mencapai destinasi wisata, yang terkadang diabaikan oleh wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata, sehingga secara umum dapat mempengaruhi *budget* perjalanan mereka tersebut. *Accessibility* atau aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu

penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi. Banyak sekali wilayah di Indonesia yang mempunyai keindahan alam dan budaya yang layak untuk dijual kepada wisatawan, tetapi tidak mempunyai aksesibilitas yang baik, sehingga ketika diperkenalkan dan dijual, tak banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjunginya. Perlu juga diperhatikan bahwa akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi. Bagi *individual tourist*, transportasi umum sangat penting karena kebanyakan mereka mengatur perjalanannya sendiri tanpa bantuan *travel agent*, sehingga sangat bergantung kepada sarana dan fasilitas publik.

Yang dimaksud dengan aksesibilitas adalah sarana yang memberi kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai tujuan. Pengertian aksesibilitas tidak terbatas pada alat angkutan (transportasi) yang dapat membawa wisatawan dari tempat asalnya ke tempat dan kembali ketempat asalnya, tetapi juga meliputi semua aspek yang memperlancar dalam melakukan perjalanan.

Dilihat dari pemakainya, alat angkutan dapat dibedakan ke dalam dua kelompok, yaitu :

- a. Angkutan yang dapat digunakan untuk penumpang umum maupun wisatawan
- b. Angkutan yang khusus digunakan untuk wisatawan

Menurut jenisnya angkutan dapat dibedakan ke dalam tiga jenis, yaitu :

- a. Angkutan darat (Kereta Api; Bus; Angkot; Becak; Andong/Delman. dsb)
- b. Angkutan udara :

Penerbangan dapat dibedakan menjadi :

- *Schedul airlines* : yaitu penerbangan yang berjadwal, dengan tarif, rute dan frekuensi yang tetap.
- *Charter flight* : yaitu penerbangan yang beroperasi baik secara jadwal, maupun tidak, juga dapat melakukan penerbangan berdasarkan permintaan.
- *Inclusive tour atau paid up air trip* : yaitu perjalanan dimana

ongkos angkutan penerbangannya sudah termasuk biaya untuk akomodasi dan biaya-biaya lain yang diperlukan selama melakukan perjalanan wisata

c. Angkutan laut : (Kapal Ferry; Tongkang; Speed Boat; Cruiseship)

4. Keramah tamahan (*ancillary*=*Hospitality*)

Keramahtamahan berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus destinasi tersebut. Ini menjadi penting karena walaupun destinasi sudah mempunyai atraksi, aksesibilitas dan amenitas yang baik, tapi jika tidak ada yang mengatur dan mengurus maka ke depannya pasti akan terbengkalai. Organisasi sebuah destinasi akan melakukan tugasnya seperti sebuah perusahaan. Mengelola destinasi sehingga bisa memberikan keuntungan kepada pihak terkait seperti pemerintah, masyarakat sekitar, wisatawan, lingkungan dan para *stakeholder* lainnya. Destinasi wisata dapat menyebabkan munculnya perasaan wisatawan terhadap kebutuhan yang berkaitan dengan keramahtamahan melalui seseorang atau sesuatu, seperti yang ditulis oleh Robert Christie Mill: *“The hospitality of an area is the general feeling of welcome that tourists receive while visiting the area. People do not want to go where they do not feel welcome”* (Mill, 1990). Dengan demikian aspek *hospitality* keramah tamahan ini adalah sangat penting yang memberikan kesan dan kenangan kepuasan bagi wisatawan dan dapat menciptakan citra positif sebagai pengembangan pemasaran *“words of mouth”* (gethok tular = Jawa) yang merupakan aspek pemasaran yang paling unggul saat ini.

2.3. Dampak pariwisata terhadap perekonomian Indonesia

Pariwisata menjadi suatu kegiatan yang cukup mendapat perhatian dari pemerintah karena dampaknya terhadap perekonomian nasional. Dengan kedatangan wisatawan ke suatu Daerah Tujuan Wisata, terutama wisatawan mancanegara, maka diharapkan akan mendatangkan devisa bagi DTW tersebut.

Seperti kita ketahui, penerimaan devisa negara dari sektor minyak bumi dan gas akhir-akhir ini terus menurun, bahkan diperkirakan tahun 2012, karena keterbatasan teknologi, komoditi migas secara ekonomis dianggap tidak akan efisien lagi sebagai penghasil devisa negara. Di

sisi lain, ketahanan daya saing ekspor non-migas juga tidak dapat diandalkan karena cara memproduksi masih didominasi oleh teknologi rendah, sehingga kualitas produk yang dihasilkan tidak mampu bersaing di pasar global. Investor asing tidak berminat menanamkan modalnya di Indonesia, selain karena keamanan yang labil, terlalu banyak pungli (pungutan liar) untuk memulai suatu bisnis di Indonesia. Kenaikan upah buruh yang terus meningkat mengakibatkan harga produk tidak kuat bersaing di pasar internasional.

Berdasarkan hal di atas, maka pemerintah harus mencari alternatif sektor ekonomi yang dianggap tepat untuk mengatasi persoalan tersebut. Salah satu sektor ekonomi yang dianggap cukup perspektif adalah sektor pariwisata. sektor ini diyakini tidak hanya sekadar mampu menjadi sektor andalan dalam usaha meningkatkan perolehan devisa untuk pembangunan, tetapi juga mampu mengentaskan kemiskinan. Dilihat dari kacamata ekonomi makro, jelas pariwisata memberikan dampak positif, antara lain :

1. Dapat menciptakan kesempatan berusaha. Dengan datangnya wisatawan, perlu pelayanan untuk menyediakan kebutuhan (*need*), keinginan (*want*), dan harapan (*expectation*) wisatawan.
2. Dapat meningkatkan kesempatan kerja. Dengan dibangunnya hotel atau restoran, akan diperlukan tenaga kerja/ karyawan yang cukup banyak.
3. Dapat meningkatkan pendapatan sekaligus mempercepat pemerataan pendapatan masyarakat. Sebagai akibat *multiplier effect* yang terjadi dari pengeluaran wisatawan yang relatif cukup besar.
4. Dapat meningkatkan penerimaan pajak pemerintah dan retribusi daerah. Setiap wisatawan berbelanja selalu dikenakan pajak sebesar 10% sesuai Peraturan pemerintah yang berlaku.
5. Dapat meningkatkan pendapatan nasional atau *Gross Domestic Bruto (GDB)*.
6. Dapat mendorong peningkatan investasi dari sektor industri pariwisata dan sektor ekonomi lainnya.

Dapat memperkuat neraca pembayaran. Bila neraca perdagangan dari Pariwisata mengalami surplus, dengan sendirinya akan memperkuat neraca pembayarannya.

BAB III

PENGERTIAN POKOK-POKOK TENTANG PARIWISATA

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar di dunia. Orang-orang dari seluruh dunia selalu merencanakan setiap tahunnya untuk melakukan perjalanan wisata (*travelling*) dengan menyisihkan dana setiap bulannya, berbeda dengan di Indonesia masyarakat belum sepenuhnya menyadari bahwa pariwisata adalah salah satu proses dalam kehidupan keluarga juga untuk refreshing. seperti melakukan perjalanan ke negara lain. Mereka ingin menjelajahi tempat-tempat baru, budaya baru dan orang baru. Dalam beberapa tahun terakhir, istilah pariwisata alternatif telah dibahas oleh orang-orang dalam industri pariwisata. Mungkin relatif baru bagi sebagian dari masyarakat yang hanya berorientasi untuk hidup rutin secara konvensional. Ini adalah jenis wisata yang berbeda dari industri pariwisata konvensional.

Ada beberapa bentuk *alternative tourism* terdiri dari 5 (lima) macam yakni: ***cultural tourism*** (pariwisata budaya) ingin menikmati budaya yang dimiliki daerah, bangsa lain, ***Educational tourism*** (pariwisata pendidikan), yaitu pariwisata yang dilakukan oleh para pelajar, mahasiswa, untuk belajar ke daerah lain seperti pertukaran pelajar (*students exchange*) , ***scientific tourism*** (pariwisata *science*) yaitu mahasiswa juga dosen melakukan perjalanan reset ke daerah atau Negara lain untuk suatu penelitian tertentu, *adventure tourism* (pariwisata petualangan) yang dilakukan oleh individu atau kelompok komunitas melakukan outing bersama, dan ***agritourism*** (pariwisata pertanian) yakni melakukan kegiatan studi banding kedaerahlain tentang pertanian, dan dari kesemuanya itu merupakan ***Nature Tourism*** atau ***Ecotourism*** (pariwisata berwawasan lingkungan).

Ada beberapa batasan pengertian pokok yang terlebih dahulu perlu dipahami dalam membicarakan kepariwisataan, Kegunaan dari suatu batasan adalah sebagai titik tolak yang fokus dalam pembahasan. Istilah – istilah yang diberikan untuk batasan–batasan dalam buku pengetahuan Kepariwisataan ini adalah :

1. Pariwisata (*Tourism*)
2. Wisatawan (*Tourist*)
3. Produk Wisata (*Tourism Products*)
4. Atraksi Wisata (*Tourist Attraction*)
5. Sarana Wisata (*Tourism Facilities*)
6. Prasarana Wisata (*Tourism Amenities*)

3.1. Pengertian Pariwisata (*Tourism*)

Arti dari istilah pariwisata belum banyak diungkapkan oleh para ahli bahasa dan pariwisata di Indonesia. Yang jelas kata pariwisata berasal dari bahasa Sangsakarta , terdiri dari dua suku kata, yaitu “ **pari**” dan “ **wisata**” . Pari berarti banyak, berkali-kali atau berputar-putar, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling.

Dalam Bahasa Inggris untuk Pariwisata digunakan istilah “ *Tourism*”. Menurut seorang Ahli Ekonomi berkebangsaan Austria Norval, Pariwisata atau *Tourism* adalah “ *the sum total of operations, mainly of an economic nature which directly relate to the entry, stay and movement of foreigners inside and outside a certain country, city or region.*” (Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan, yang berhubungan dengan masuk, tinggal dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar suatu negara, kota atau wilayah tertentu.)

Definisi pariwisata yang lebih lengkap dikemukakan oleh Prof. Hunziker dan Kraft (1942)[22], sebagai berikut : “ *Tourism is the totality of relationships and phenomena arising from the travel and stay of strangers, provided the stay does not imply the establishment of a permanent residence and is not connected with a remunerated activity*”. (Pariwisata adalah keseluruhan hubungan dan gejala –gejala atau peristiwa – peristiwa yang timbul dari adanya perjalanan dan tinggalnya orang asing, dimana perjalanannya tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah.)

Sedangkan menurut Keputusan R.I. No. 19 tahun 1969, Kepariwisataan adalah “merupakan kegiatan jasa yang memanfaatkan kekayaan alam dan lingkungan hidup yang khas, seperti hasil budaya, peninggalan sejarah, pemandangan alam yang indah dan iklim yang nyaman.”

Dari ketiga batasan tersebut penulis dapat menarik kesimpulan , bahwa pariwisata mencakup hal – hal sebagai berikut :

1. Keseluruhan fenomena alam maupun buatan manusia yang di manfaatkan untuk wisatawan.
2. Kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama melakukan perjalanan.
3. Ruang lingkup kegiatan pariwisata mencakup kegiatan-kegiatan sebagai berikut :
 - a. Kegiatan yang berhubungan dengan angkutan dari tempat asal wisatawan sampai tempat tujuan selama di tempat tujuan dan kembali ke tempat asalnya.
 - b. Kegiatan yang berhubungan dengan penyediaan, pengelolaan dan pengembangan atraksi, sarana , prasarana dan amenitas pariwisata.
 - c. Kegiatan yang berhubungan dengan penyediaan dan pelayanan informasi tentang atraksi , sarana , prasarana dan segala sesuatu yang diperlukan wisatawan.
 - d. Komponen pariwisata: segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta jasa usaha sarana wisata.

Menurut WTO (World Tourist Organization) Pengertian **Wisata** dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Melakukan kegiatan perjalanan / sebagian perjalanan.
2. Dilakukan dengan sukarela
3. Bersifat sementara
4. Dilakukan tidak untuk mencari nafkah
5. Berlangsung lebih dari 24 jam. Karena kurang dari 24 jam hanya disebut “*Excursionist*”

3.2. Jenis-jenis Wisatawan (*Tourist*)

Kata wisatawan berasal dari bahasa Sangsakerta, dari asal kata “**wisata**” yang berarti perjalanan ditambah dengan akhiran “**wan**” yang berarti orang yang melakukan perjalanan wisata. Dalam bahasa Inggris, orang yang melakukan perjalanan disebut *traveller*. Sedangkan orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan wisata disebut *Tourist*. Definisi mengenai tourist, diantara berbagai ahli atau Badan Internasional, masih

belum ada keseragaman pengertian. Perbedaan pengertian atau batasan di sebabkan karena perbedaan latar belakang pendidikan atau keahlian, perbedaan kepentingan dan perbedaan pandangan dari para ahli atau badan tersebut. Baik mengenai batasan wisatawan internasional maupun wisatawan domestik.

Macam-macam jenis Wisatawan (*Tourist*):

1. National Tourist
2. Domestic tourist
3. Local tourist
4. Wisatawan Nusantara (wisnus)
5. International tourist
6. Incoming tourist
7. Foreign tourist
8. Wisatawan mancanegara (Wisman).

Beberapa batasan yang dikemukakan dari beberapa ahli dan badan internasional di bidang pariwisata antara lain:

1). Wisatawan Internasional

Norval, seorang ahli ekonomi Inggris, memberi batasan mengenai wisatawan internasional sebagai berikut : “ *Every person who comes to a foreign country for a reason than to establish his permanent residence or such permanent work and who spends in the country of his temporary stay, the money he has earned else where*”.

(Wisatawan adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara , dengan tujuan tidak untuk menetap atau bekerja tetap, dan membelanjakan uangnya di tempat tersebut dengan uang yang diperolehnya di tempat lain.)

Dari definisi tersebut, Norval lebih menekankan pada aspek ekonominya, sementara aspek sosiologi kurang mendapat perhatian. Pada zaman dahulu tahun 1937, Komisi Ekonomi Liga Bangsa-Bangsa (*Economy Commission of The league of Nations*), pertama kali memberikan batasan pengertian mengenai internasional tourist pada forum international . Rumusan tersebut adalah sebagai berikut “ *The term tourist shall , in principle, be interpreted to mean any person travelling*

for a period of 24-hours or more in a country other than in which he usually resides”. (Istilah Wisatawan pada dasarnya diartikan sebagai seseorang yang melakukan perjalanan selama 24 jam atau lebih di negara lain, selain dimana yang bersangkutan bertempat tinggal.)

Hal pokok yang penting dari batasan Liga Bangsa – Bangsa tersebut yang perlu dicatat adalah :

- a. Perjalanan dari satu negara ke negara lain
- b. Lama perjalanan sekurang-kurangnya 24 jam

Untuk selanjutnya Komisi Liga Bangsa-Bangsa ini, menyempurnakan batasan pengertian tersebut, dengan mengelompokkan orang-orang yang dapat disebut sebagai wisatawan dan bukan wisatawan.

2). Kriteria wisatawan adalah:

- a. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan bersenang-senang, mengunjungi keluarga, dll.
- b. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan pertemuan – pertemuan atau karena tugas tertentu, seperti dalam ilmu pengetahuan, tugas negara, diplomasi, agama, olah raga dll.
- c. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk tujuan usaha.
- d. Mereka yang melakukan kunjungan mengikuti perjalanan kapal laut, walaupun tinggal kurang dari 24 jam.

3). Yang dianggap sebagai bukan wisatawan:

- a. Mereka yang berkunjung dengan tujuan untuk mencari pekerjaan atau melakukan kegiatan usaha.
- b. Mereka yang berkunjung ke suatu negara dengan tujuan untuk bertempat tinggal tetap.
- c. Penduduk di daerah tapal batas negara dan bekerja di negara yang berdekatan.
- d. Wisatawan yang hanya melewati suatu negara tanpa tinggal di negara yang dilaluinya itu.
- e. Batasan tersebut tidak dapat diterima oleh Komisi Statistik dan Komisi Fasilitas Internasional Civil Aviation Organization, PBB. Komisi ini membuat rumusan baru. Istilah *Tourist* diganti dengan *Foreign Tourist*, dan memasukkan kategori Visitor di dalamnya.

Dalam rumusan Komisi Statistik ini dicantumkan batas maksimal kunjungan selama 6 bulan, sedangkan batas minimum 24 jam dikesampingkan. Selanjutnya batasan yang semula berdasarkan kebangsaan (*nationality*) , diganti dengan berdasarkan tempat tinggal sehari - hari wisatawan. (*Country of Residence*).

Menyadari ketidakseragaman pengertian tersebut *Internasional Union of Official Travel Organization (IUOTO)*, sebagai badan organisasi pariwisata internasional yang memiliki anggota lebih kurang 90 negara telah mengambil inisiatif dan memutuskan batasan yang sifatnya seragam melalui PBB pada tahun 1963 di Roma.

Visitor adalah “ *Any person travelling to country other than that of his usual place of residence, for any reason other than the exercise of a remunerated activity*”. (Setiap orang yang mengadakan perjalanan ke suatu negara lain, di luar tempat tinggal biasanya, dengan alasan apapun, selain melakukan kegiatan untuk mendapat upah).

Batasan tersebut mencakup dua kategori pengertian *Tourist* dan *Excursionists*.

Tourist are temporary visitors staying at least 24 hours in the country visited and whose motives for travel are :

- a. *Leisure (pleasure, holidays, health, studies, religion and sports)*
- b. *Business , family, mission, meetings*

Wisatawan adalah pengunjung sementara, tinggal sekurangnya 24 jam di negara yang dikunjungi dan motif perjalanannya adalah :

- a. Kesenangan, liburan, kesehatan, belajar, keagamaan dan olah raga
- b. Usaha, kunjungan keluarga, misi, pertemuan-pertemuan

Excursionists are temporary visitors staying only on one day in the country visited without staying overnight (including cruise passenger). (*Excursionists* adalah pengunjung sementara, tinggal satu hari di negara yang dikunjungi tanpa menginap, termasuk penumpang kapal pesiar).

4). Wisatawan Domestik/Nusantara (wisnus)

Wisatawan Domestik adalah seseorang penduduk suatu negara yang melakukan perjalanan ke tempat selain dimana ia tinggal menetap. Perjalanan tersebut dilakukan dalam ruang lingkup negara dimana yang bersangkutan tinggal, dengan lama perjalanan sekurang-kurangnya 24 jam, dengan tujuan tidak untuk mendapatkan nafkah. Sebagai contoh wisatawan dari Jakarta, Bandung, Surabaya atau dari kota lainnya datang ke Yogyakarta untuk berwisata selama beberapa hari maka wisatawan tersebut disebut Wisnus .sedangkan apabila datang dari luar negeri sebagai contoh: Malaysia, Singapore, Jepang dllnya maka wisatawan tersebut disebut wisatawan asing (wisman).

Di Negara Singapura yang sangat dekat dengan Batam Indonesia atau dekat dengan Malaysia juga Thailand, wisatawan yang datang ke Singapore hanya melakukan wisata belanja, maka mereka tetap dicatat sebagai kunjungan wisman di Singapore. Di Negara Singapore ada yang disebut *Shopping Tourist*, *Business tourist* yang disediakan untuk wisatawan melakukan kegiatan belanja. Memang Pariwisata dituntut untuk dapat menghasilkan devisa yang banyak, maka untuk ini perlu usaha meningkatkan Jumlah wisman, dengan meningkatkan lamanya tinggal (*Length of stay*), apabila dari jumlah wisatawan yang datang terbatas. Dengan demikian untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang jumlahnya terbatas melakukan strategi meningkatkan lama tinggal sangat penting, untuk upaya meningkatkan jumlah pembelanjannya (*Expenditure*) nya. Untuk keperluan diatas maka usaha-usahnya adalah memahami kebutuhan dan keinginan wisatawan antara lain:

- a. Wisatawan Manca Negara (wisman) membutuhkan:
 - Informasi, promosi, dan pemasaran yang jelas dan akurat, memadahi
 - Memperlancar masuknya Wisman dengan kemudahan mendapatkan Bebas Visa, visa on arrival, *multigate* (pintu gerbang yang cukup)
 - Meningkatkan sarana-prasarana akomodasi, aksesibilitas, amenities, jaringan IT networking.
- b. Aspek lamanya tinggal wisatawan *Length of Stay*:
 - Meningkatkan keamanan, dan kenyamanan.

- Membuat Wisman senang untuk tinggal, dengan menyediakan sarana-prasarana agar sesuai dengan kondisi negerinya.
- Meningkatkan jumlah atraksi yang menarik dan disenangi oleh Wisman.

Expenditure :

Sejumlah pengeluaran yang telah dibelanjakan oleh wisatawan selama tinggal, dengan upaya meningkatkan lamanya tinggal *length of stay* (LOS), dan menambah jumlah *Souvenir shop* yang memadai.

3.3. Produk Pariwisata

Produk wisata adalah segala sesuatu dihasilkan sesuai dengan yang diperlukan oleh wisatawan dari mulai ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai kembali ke tempat tinggalnya semula. Produk wisata dapat bersifat nyata (*Tangible*) dan tidak nyata (*intangible*). Produk nyata (*Tangible products*) yang dapat langsung dilihat dan diraba sehingga wisatawan dengan melihat langsung daya tariknya apakah sesuai dengan yang diharapkan. Sedangkan produk yang tidak nyata (*intangible products*) adalah berupa pelayanan (*service*) yang mampu diberikan oleh pengelola dan penyaji wisata yang mampu menciptakan kepuasan wisatawan (*satisfaction*).

Apakah jasa termasuk pada kelompok pengertian industri atau tidak?

Ini hanyalah masalah semantik (arti kata) istilah industri saja.

Suatu produk baik yang dapat dijamah (*tangible*) maupun tidak dapat dijamah (*intangible*), jika memenuhi kebutuhan tertentu manusia haruslah dianggap sebagai produk industri. Pariwisata adalah merupakan industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam menciptakan kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain dinegara penerima wisatawan. Lagi pula pariwisata sebagai suatu sektor yang kompleks meliputi industri-industri dalam arti yang klasik, seperti misalnya industri kerajinan tangan dan idustri cinderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomi juga dipandang sebagai industri.

Beberapa Karakter Produk Pariwisata:

1. Pariwisata tidak dapat dipindahkan,
2. Pariwisata tidak memerlukan perantara untuk mencapai kepuasan
3. Pariwisata tidak dapat ditimbun atau disimpan
4. Pariwisata sangat dipengaruhi oleh faktor non ekonomis
5. Tidak dapat dicoba atau dicicipi
6. Sangat tergantung pada faktor manusia
7. Memiliki tingkat resiko yang tinggi dalam hal investasi
8. Tidak memiliki standar atau ukuran yang obyektif dalam menilai mutu produk

Kepariwisataan dapat pula dipandang sebagai suatu profesi yang memiliki kaidah-kaidah dan kode etiknya sendiri. Profesi ini harus diarahkan untuk memberikan fungsi tertentu di dalam masyarakat yang umumnya berkaitan dengan upaya memajukan kontak-kontak manusiawi dan integrasi sosial di dalam negara tertentu atau antar beragam negara, untuk meningkatkan pembangunan sosial ekonomi.

Fungsi ganda ini meniscayakan suatu latar belakang intelektual yang luas dan pendidikan atau latihan yang khusus agar para profesional mampu menyesuaikan diri dengan perubahan ilmu dan teknologi didalam bidang industri pariwisata. Jika hanya memikirkan berbagai aspek misalnya aspek organisasi, pemasaran, perencanaan, dan teknik pariwisata, seharusnya sadar betapa kompleksnya pembangunan pariwisata itu. Apabila mengikuti pendekatan lama secara klasik dalam pemecahan masalah pariwisata, dan menggunakan strategi konvensional sehari-hari yang sudah tidak lagi memadai dalam menghadapi pertumbuhan dan perubahan yang begitu cepat dalam industri pariwisata dunia (*cyber technology*) yang sudah harus dengan program *high-tech* dan *high-touch*.

3.4. Atraksi Wisata

Pengertian atraksi wisata adalah sebagai terjemahan dari *Attraction* dalam bahasa Inggris, yang berarti segala sesuatu yang memiliki **daya tarik**, baik benda yang berbentuk fisik maupun non-fisik.

Namun pengertian atraksi sering diartikan sempit yakni “pertunjukan”. Sedangkan *attraction* diterjemahkan dengan “obyek” wisata. Oleh karena segala sesuatu yang dapat menarik, dalam bahasa Inggris menggunakan istilah *attraction*, maka penulis memilih menggunakan

atraksi wisata dari pada obyek wisata. Konotasi pengertian obyek wisata lebih besar kepada benda-benda mati dan belum tentu memiliki daya tarik. Dengan demikian atraksi harus dikelola dan dilestarikan dengan baik agar dapat menciptakan daya tarik minat khusus yang kuat bagi wisatawan untuk berkunjung di Negara kita. Dengan demikian atraksi adalah suatu pertunjukan atau tontonan (*performance*) yang dinikmati sesaat sedangkan *attraction* dalam pariwisata dimaksudkan sebagai daya tarik dari berbagai asset wisata yang ada yang dapat dinikmati selamanya.

Penjabaran Atraksi (*attraction*) sebagai berikut:

1. Atraksi berupa Ciptaan TUHAN Yang Maha Kuasa: keindahan alam, danau, gunung, hutan, flora & fauna, pantai, goa dsb.
2. Atraksi buatan Karya Manusia: budaya (kesenian, adat istiadat, upacara tradisional, barang kerajinan patung, wayang kulit; tas kulit, baju batik dsb).
3. *Site attraction*: (disini obyeknya tetap)
Panorama gunung, candi, keraton dsb yang tidak dapat dipindahkan.
4. *Event attraction*: (disini obyeknya suatu peristiwa)

Seperti halnya: Festival tari kesenian, upacara Labuhan di pantai, dan labuhan di gunung Merapi, serta Upacara Grebeg Sekatenan; Festival Borobudur; dapat juga acara event olahraga (Sea games) dsb.

Wisatawan mengharapkan dalam perjalanan wisata mereka mendapatkan pengalaman dan pengetahuan yang baru yang tidak mereka dapatkan dinegara mereka sendiri. Dengan demikian pengelola pariwisata harus mampu memahami apa yang mereka butuhkan (*need*) , inginkan (*want*) dan harapkan (*expectation*) , dengan penyajian fasilitas, sarana prasarana, amenities, pelayanan yang prima yang sangat dibutuhkan oleh wisatawan. Walaupun setiap bangsa memiliki perbedaan sikap perilaku budaya dan karakternya masing-masing, namun dalam mempersiapkan produk wisata yang ditawarkan harus mampu mengelola sesuai standar kualitas yang mereka harapkan.

Kebanyakan wisatawan menginginkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Situs arkeologi kuno (*Ancient archeological sites*)

2. Kekayaan budaya tradisional (*Rich traditional culture*)
3. Seni & kerajinan tangan (*Art & handy craft*)
4. Fasilitas Akademik (*Academic facilities*)
5. Situs sejarah yang signifikan (*Significant historical sites*)
6. Kegiatan petualangan & olahraga terbuka (*Outdoor adventure & sporting activities*)
7. Pemandangan tropis yang indah (*Picturesque tropical landscape*)
8. Penduduk yang ramah dan sopan (*Warm & hospitable people*)
9. Pelabuhan udara domestic dan internasional yang modern. (*Modern international & domestic air port*)
10. Sistem transportasi yang efisien kereta api, bus, & jalan darat (*Efficient transport system rail, bus, & road*)

Segala kebutuhan wisatawan perlu disikapi dengan mengatur dan menata segalanya sesuai standar yang berkualitas mengacu pada kehidupan yang jelas lebih modern, untuk itu dalam pendekatannya perlu diarahkan pada nilai-nilai estetika dan keaslian (kearifan local) yang dimiliki. Sehingga tetap terjaga dan memiliki nilai sejarah budaya yang asli (original) seperti apa yang diharapkan oleh wisatawan asing, untuk datang ke Indonesia. Dalam perkembangan pariwisata daerah sering terjadi karena kurang pahamnya tentang asset budaya leluhur, warisan budaya dirubah dengan kreasi baru yang meninggalkan nilai seni budaya aslinya, sehingga menurunkan nilai estetika keasliannya.

Kebutuhan wisatawan dalam bidang akomodasi:

Beberapa item yang perlu di kembangkan dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (*Sustainable tourism*) antara lain adalah:

1. Akomodasi berkembang di bawah zonasi & bangunan kode yang sesuai (*Accommodation develop under appropriate zoning & building codes*)
2. Aman, bersih & aman lingkungan (*Safe, clean & secure environment*)
3. Berbagai pilihan untuk makan atau bersantap (*Various dining options*)
4. Belanja otentik dan terjangkau (*Authentic and affordable shopping*)
5. Pengelolaan daya tarik wisata yang prima (*Well manage tourism attractions*)

3.5. Sarana wisata

Sarana Wisata adalah sarana yang dibutuhkan oleh wisatawan, dari aspek ekonomi yang merupakan berbagai fasilitas amenities yang selalu diperlukan atau dibutuhkan langsung oleh wisatawan, seperti: adanya Transportasi, Akomodasi, Restoran, Jasa penunjang/ pemandu wisata, Souvenir dan lain-lain.

3.5.1. Transportasi wisata

Aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi dan komunikasi. Faktor jarak dan waktu sangat mempengaruhi keinginan orang untuk melakukan perjalanan wisata. Dewasa ini transportasi menyebabkan pertumbuhan pariwisata yang sangat pesat sekali. Kemajuan fasilitas transportasi mendorong kemajuan kepariwisataan dan sebaliknya ekspansi yang terjadi dalam industri pariwisata dapat menciptakan permintaan transportasi yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan. Dengan demikian tidak dapat disangkal lagi bahwa fungsi utama transportasi sangat erat hubungannya dengan “*accessibility*”. Maksudnya frekuensi penggunaannya, kecepatan yang dimilikinya dapat mengakibatkan jarak yang jauh seolah-olah menjadi lebih dekat. Hal ini berarti mempersingkat waktu dan tentunya lebih meringankan biaya perjalanan. Sarana transportasi dapat memudahkan orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu, seperti misalnya daerah tujuan wisata.

Dalam kepariwisataan kita mengenal tiga macam transportasi yang biasa digunakan oleh wisatawan, yaitu:

- a. Transportasi Udara (*International Flight, Domestic Flight*).
- b. Transportasi Laut (*Regular Lines, Charter Lines Cruiser*).
- c. Transportasi Darat (Sepeda, Dokar atau Delman, Sepeda Motor, Mobil penumpang, Kereta Api).

Dalam pemakaian transportasi untuk keperluan kepariwisataan jarang yang hanya menggunakan satu macam angkutan saja, hampir selalu merupakan kombinasi yang banyak tergantung pada kondisi tempat atau daerah tujuan wisata. Jadi ada macam-macam kombinasi pengangkutan yang digunakan di daerah tujuan wisata, tergantung bagaimana pengaturan *Tour Operator* yang merencanakan sesuai dengan “*tour itinerary*”

yang mereka susun. (Rochajat,2008)[23].

3.5.2. Akomodasi:

Pengertian Akomodasi

Yang dimaksud dengan akomodasi adalah sarana untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya, sedang klasifikasi dan manajemen pengelolaannya dapat dibedakan sesuai dengan tingkat standar kualitasnya seperti: Hotel. Bintang & Non Bintang, Hotel Melati, penginapan (Losmen), Guest house, apartemen yang memiliki pangsa pasar tersendiri.

Pengelolaan Hotel menggunakan Manajemen Hotel (Perhotelan) melalui studi pendidikan vokasi yang sesuai, dan praktek yang efektif serta pengembangan seni kreatif dan inovatif untuk menjalankan bisnis hotel, restoran dan bisnis pariwisata lainnya. Selain itu juga pengetahuan yang berhubungan dengan bidang perjalanan wisata (travel) sehingga proses pengelolaan supaya lebih lancar, nyaman, sehingga memenuhi bahkan melebihi harapan konsumen wisatawan yang membutuhkannya. Hotel merupakan generator utama di industri pariwisata. Manajemen Hotel memastikan melibatkan semua operasionalnya, termasuk penyediaan akomodasi, makanan dan minuman dan pelayanan serta penyediaan fasilitas hotel lainnya (*hotel amenities*) dapat berjalan lancar. Manajer Hotel (perhotelan) adalah orang yang mengelola operasional sehari-hari dalam manajemen hotel. Hotel besar selalu memiliki tim untuk manajemen, dimana setiap anggota tim berkonsentrasi pada daerah kepentingan tertentu. Manajer hotel bertanggung jawab atas operasi yang efisien dan menguntungkan bagi perusahaan. General Manajer hotel bertugas mengontrol keuangan, rumah tangga, kualitas pelayanan dan makanan, dekorasi dan interior serta pembentukan norma-norma yang harus diikuti oleh staf sambil memberikan layanan mereka kepada para tamu, dll. Sedangkan, tugas dari Asisten Manajer adalah untuk mengawasi operasional sehari-hari dari departemen. hotel besar memiliki Manajer Residen untuk menyelesaikan masalah sepanjang waktu. Disini para manajer departemen yang berbeda diawasi oleh manajemen puncak



Gambar 7: Akomodasi Hotel yang berkualitas internasional.

Karakteristik Akomodasi Hotel

Perbedaan antara hotel dengan industri lainnya adalah:

- a. Industri hotel tergolong industri yang padat modal serta padat karya yang artinya dalam pengelolaannya memerlukan modal usaha yang besar dengan tenaga pekerja yang banyak pula.
- b. Dipengaruhi oleh keadaan dan perubahan yang terjadi pada sektor ekonomi, politik, sosial, budaya, dan keamanan dimana hotel tersebut berada.

Menghasilkan dan memasarkan produknya bersamaan dengan tempat dimana jasa pelayanannya dihasilkan.

Beroperasi selama 24 jam sehari, tanpa adanya hari libur dalam pelayanan jasa terhadap pelanggan hotel dan masyarakat pada umumnya.

Memperlakukan pelanggan seperti raja selain juga memperlakukan pelanggan sebagai patner dalam usaha karena jasa pelayanan hotel sangat tergantung pada banyaknya pelanggan yang menggunakan fasilitas hotel tersebut.

Salah satu unsur pariwisata adalah akomodasi hotel yang sangat

beragam baik desain dan pengelolaannya. Hal ini disesuaikan dengan berbagai karakteristiknya, sehingga desain, tata layout dan type jenis hotel pun sangat bervariasi juga tingkat statusnya.

(Bintang, non bintang dan Melati) yang berpengaruh terhadap kondisi kualitasnya.

Jenis-jenis Akomodasi.

Sesuai dengan jenis akomodasi dan strategi pengelolaan dan pemasarannya:

- a. **Hotel** adalah salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersil.
- b. **Motel** ada beberapa pengertian tentang motel, yaitu:
 - Bangunan yang terletak di luar pusat kota dan daerah sekat *high way* (jalan raya), biasanya pada bangunan itu disediakan penginapan dalam bentuk apartemen dan dapat untuk tempat tinggal kurang dari 24 jam, apartemen itu memiliki pintu masuk tersendiri dan satu garasi atau tempat parkir mobil.
 - Gabungan dari dua kata, yakni motor dan hotel, yaitu hotel yang menyediakan fasilitas khusus, yakni kendaraan bermotor.
 - Motor hotel, yaitu sejenis akomodasi yang biasanya terdapat di antara dua kota besar, tempat para pengendara mobil dapat beristirahat sesudah perjalanan jauh dan baru meneruskan perjalanannya pada keesokan harinya; mobil pemilik dapat diparkir dekat kamar.
- c. **Guest House** adalah sejenis akomodasi yang dapat dimiliki oleh suatu perusahaan atau instansi yang diperuntukkan bagi para tamu yang menginap dan mendapatkan pelayanan makan dan minum. Dalam pengertian aslinya, guest house merupakan akomodasi yang mempunyai fasilitas sederhana. Termasuk dalam jenis ini, di Indonesia dikenal dengan nama Pondok Wisata
- d. **Youth Hostel** /penginapan remaja adalah bangunan bagi para pejalan muda, penakik sepeda, dan sebagainya dapat tinggal dan makan atau menyediakan makanannya sendiri dengan murah

- e. Apartemen bangunan yang menyediakan jasa akomodasi jangka lama untuk sejumlah orang dalam unit tersendiri dengan ruang tidur, ruang makan, dapur dan ruang tamu (*Sitting Room*).
- f. **Apartment Hotel** bangunan bercorak hotel yang terdiri dari beberapa apartemen yang tidak menyediakan jasa catering (pelayanan makan).
- g. **Pension/** Rumah penginapan dahulu disediakan untuk para purna tugas.
- h. **Lodgments** bisa juga dikatakan sebagai hotel kecil yang menyediakan penginapan dan makan pagi tamu dengan tarif tertentu. Perlengkapannya diatur menurut tingkat dan kepentingan tamu. Usaha penginapan dengan makan dalam bentuk kecil ini biasanya hanya menempati satu atau dua lantai suatu bangunan bertingkat. Akomodasi bentuk ini menyediakan ruangan umum untuk suatu acara tertentu.
- i. **Camping ground.** (Bumi perkemahan).
Camping ground adalah area wisata yang sangat cocok dan aman untuk mendirikan tenda-tenda untuk melakukan camping bersama kelompoknya. Dalam bahasa asingnya disebut *camping*, adalah tempat yang agak luas diperuntukan bagi mereka yang sedang mengadakan perkemahan dengan tanpa dipungut bayaran. Tempat ini mempunyai sifat administrasi dengan peraturan - peraturan tertentu untuk menyelesaikan segala sesuatu mengenai fasilitas - fasilitas serta kebutuhan - kebutuhan bagi mereka yang hendak berkemah. Di tempat itu lalu didirikan kemah - kemah, diatur secara bersama - sama dengan mereka yang berkemah. Berkemah atau camping ini disebut dalam bahasa teknisnya ber-caravan.
- j. **Caravan** adalah Mobil yang dipergunakan sebagai fasilitas akomodasi yang lengkap seperti yang ada di kamar hotel yang disewakan untuk keluarga, dapat dipergunakan untuk rekreasi di kawasan pantai atau tempat tertentu sesuai dengan keinginan pemakainya.



Gambar 8: Mobil Caravan

- k. **Home stay** adalah suatu jenis akomodasi yang berasal dari rumah - rumah rakyat yang telah ditingkatkan fasilitas dan sarananya, sehingga memenuhi syarat -syarat kesehatan, yang disewakan kepada wisatawan
- l. **INN – Hotel** (Holiday- Inn)
Suatu tempat yang menyediakan penginapan, makan dan minum, serta pelayanan umum lainnya, disewakan kepada orang - orang yang singgah untuk sementara waktu dengan jangka waktu menginap terbatas, biasanya lokasinya berada dekat kawasan pantai.
- m. **Boatel** (boat-perahu) Sejenis akomodasi yang berlokasi di sekitar pantai atau danau berupa kapal yang disewakan untuk keluarga, serta dilengkapi dengan fasilitas seperti layaknya kamar di hotel dan fasilitas untuk rekreasi diatas air sungai, danau atau laut, dengan program paket yang di sepakati bersama.



Gambar 9: Speed Boat yang dipergunakan sebagai Boatel.

3.5.3. Restoran

Suatu usaha bisnis kuliner yang dapat berdiri sendiri juga bisa berada dalam operasional sebuah hotel yang merupakan fasilitas hotel dalam menyediakan pelayanan makanan dan minuman. Restoran ini merupakan sarana fasilitas pariwisata yang merupakan usaha bisnis produk kuliner; makanan dan minuman (*catering service*) atau usaha jasa boga yang berkualitas.

Segala macam produk kuliner yang berkualitas dan layak dijual dan disajikan di beberapa tempat usaha restoran yang dapat di nikmati wisatawan selama berwisata di daerah wisata tersebut. Usaha yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan diperlukan oleh wisatawan, namun dapat diartikan pula keseluruhan pengalaman yang dialami wisatawan yang tidak mereka dapatkan di Negara asal mereka.

Restaurant adalah penyedia jasa makan dan minum (*meals*) dan sangat dibutuhkan karena pada hakikatnya setiap wisatawan dalam perjalanan wisata harus terjamin kebutuhan makan dan minumannya. Restoran yang ada di hotel memiliki berbagai jenis dan menu makanan yang berbeda spesifikasinya juga type pelayanannya seperti: *Coffee shop*, *Cafeteria*; *Soda Fountain (Pool Snack Bar)*; *Supper Club*; *Main Dinning Room*; dan *Spesific restaurant* yang menyesuaikan dengan menu yang di tawarkan sesuai dari daerah atau Negara asalnya: Japanese restaurant; Chinese;

Thai's restaurant, dan juga bisa Indonesian food restaurant.



Gambar 10: Hotel Restaurant (Main Dining Room)

Berbagai Restaurant yang ada di hotel banyak jenisnya dan berbeda peruntukannya ada yang berdiri sendiri di luar hotel dengan menyediakan berbagai menu makanan untuk *Breakfast*; *Lunch*; *Dinner* dan *Supper* baik secara jamuan *Buffet* maupun *Ala Carte*, dengan pelayanan yang berkualitas internasional semua tujuannya untuk menciptakan kepuasan tamunya.

Beberapa jenis tatacara penyajian menu (*meals*) yang ada di restoran sebagai berikut:

- a. *Buffet* / Prasmanan, adalah penyajian makanan dan minuman dengan aturan setiap peserta berhak menikmati sajian yang dihidangkan sepenuhnya.
- b. *Set menu* atau *fix menu* adalah penyajian menu makanan dan minuman secara paket dan setiap peserta hanya berhak menikmati menu yang telah ditentukan (*fixed*) untuk paketnya masing - masing.
- c. *In-Box* / *Take away* adalah penyajian makanan dan minuman dalam box (bungkus), dimana alternative ini diambil jika waktu dari sebuah kunjungan wisata waktunya sangat sedikit/ terbatas dan tidak memungkinkan untuk singgah untuk waktu yang lama pada sebuah rumah makan / hotel restaurant untuk menikmati meals nya (*Breakfast inbox*; *LunchBox*).

3.5.4. Penyelenggaraan Usaha Bisnis Hotel

Klasifikasi Hotel Menurut keputusan direktorat Jendral Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi no 22/U/VI/1978 tanggal 12 Juni 1978 (Endar Sri, 1996: 9), klasifikasi hotel dibedakan dengan menggunakan simbol bintang antara 1-5. Semakin banyak bintang yang dimiliki suatu hotel, semakin berkualitas hotel tersebut. Penilaian dilakukan selama 3 tahun sekali dengan tatacara serta penetapannya dilakukan oleh Direktorat Jendral Pariwisata.

Penyelenggaraan bisnis hotel sangat bervariasi tergantung dari pada type, jenis, serta kualitasnya serta berbagai fasilitas tingkat golongannya yang distandarkan pada ketentuan klasifikasi golongan yang telah ditentukan oleh pemerintah dinas pariwisata dan kebudayaan sbb:

Usaha Hotel dibagi dalam 2 (dua) golongan/ kelas yaitu :

1. Golongan/ Kelas Hotel Bintang; dan
2. Golongan/ Kelas Hotel Melati.

Golongan/ Kelas Hotel Bintang dibagi atas 5 (lima) penjenjangan kelas Hotel Bintang, yaitu:

- Hotel Bintang 5;
- Hotel Bintang 4
- Hotel Bintang 3
- Hotel Bintang 2; dan
- Hotel Bintang 1.

Perbedaan Hotel Berbintang, antara lain:

Hotel Bintang 1

- Ruangan kamar tidur hanya berukuran 20 meter persegi.; Tersedia kamar mandi di dalam ruangan kamar tidur; Jumlah kamar tidur dengan tipe standart minimal 15 kamar.

Hotel Bintang 2

- Ruangan kamar tidur tipe standar berukuran paling tidak 22 meter persegi, atau minimum berukuran 44 meter persegi untuk tipe kamar yang lebih mahal.
- Jumlah kamar tidur dengan tipe standart minimal 20 kamar dan tipe

kamar suite minimal 1 kamar.

- Fasilitas kamar: Kamar mandi; Televisi; AC; Telepon; Pengaman pintu; Jendela, Ventilasi udara
- Fasilitas Hotel: Memiliki Lobby; Sarana Olahraga; Tempat rekreasi

Hotel bintang 3

- Ruangan kamar tidur tipe standar berukuran paling tidak 24 meter persegi, atau minimum berukuran 48 meter persegi untuk tipe kamar yang lebih mahal (Suite).
- Jumlah kamar tidur dengan tipe standart minimal 30 kamar dan tipe kamar suite minimal 2 kamar.
- Fasilitas kamar: Kamar mandi; Tersedia Toilet; Televisi; AC; Telepon; Pengaman pintu; Jendela, Ventilasi udara; WIFI sebagai fasilitas ekstra
- Fasilitas Hotel: Memiliki Lobby yang lebih luas dari Hotel bintang 2; Sarana; Olahraga; Tempat rekreasi; Tersedia restoran untuk sarapan, makan siang dan makan malam; Memiliki tempat parkir (Valet Parking); Bar.

Hotel bintang 4

- Ruangan kamar tidur tipe standar berukuran paling tidak 24 meter persegi, atau minimum berukuran 48 meter persegi untuk tipe kamar yang lebih mahal (Suite).
- Jumlah kamar tidur dengan tipe standart minimal 50 kamar dan tipe kamar suite minimal 3 kamar.
- Fasilitas kamar: Kamar mandi dengan pilihan air panas dan dingin; Tersedia Toilet; Televisi; AC; Telepon; Pengaman pintu; Jendela, Ventilasi udara; WIFI sebagai fasilitas ekstra
- Fasilitas Hotel: Memiliki Lobby yang lebih luas dari hotel bintang 3; Sarana Olahraga; Tempat rekreasi; Tersedia restoran untuk sarapan, makan siang dan makan malam; Memiliki tempat parkir (*Valet parking*); Bar.

Hotel bintang 5

- Ruangan kamar tidur tipe standar berukuran paling tidak 26 meter persegi, atau minimum berukuran 52 meter persegi untuk tipe kamar yang lebih mahal (Suite).
- Jumlah kamar tidur dengan tipe standart minimal 100 kamar dan tipe

kamar suite minimal 4 kamar.

- Fasilitas kamar: Kamar mandi dengan pilihan air panas dan dingin; Tersedia Toilet; Televisi; AC; Telepon; Pengaman pintu; Jendela, Ventilasi udara; Free WIFI; Tempat tidur dan perabot lain memiliki kualitas terbaik
- Fasilitas Hotel: Memiliki Lobby yang lebih luas dari hotel bintang 4; Sarana Olahraga; Tempat rekreasi; Tersedia restoran untuk sarapan, makan siang dan makan malam (24 jam); Memiliki tempat parkir (Valet parking); Bar; Fitness, sarana kebugaran serta kolam renang.

Golongan/ Kelas Hotel Melati dibagi atas 3 (tiga) penjenjangan kelas Hotel Melati, yaitu:

1. Hotel Melati 3;
2. Hotel Melati 2; dan
3. Hotel Melati 1.

Berdasarkan Jumlah Kamar Hotel

Menurut Tarmoezi (Tarmoezi,2000:3)[24], dari banyaknya kamar yang disediakan, hotel dapat dibedakan menjadi :

- a. Small Hotel
Jumlah kamar yang tersedia maksimal sebanyak 28 kamar.
- b. Medium Hotel
Jumlah kamar yang disediakan antara 28- 299 kamar.
- c. Large Hotel
Jumlah kamar yang disediakan sebanyak lebih dari 300 kamar.

Hotel merupakan bagian yang integral dari usaha pariwisata yang menurut Keputusan Menparpostel disebutkan sebagai suatu usaha akomodasi yang dikomersialkan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas sebagai berikut:

1. Kamar tidur (kamar tamu)
2. Makanan dan minuman
3. Pelayanan-pelayanan penunjang lain seperti :
 - a. Tempat-tempat rekreasi

- b. Fasilitas olah raga
- c. Fasilitas laundry, dsb

Hotel merupakan usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pengelolaannya, dengan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dipergunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam (untuk klasifikasi hotel berbintang 4 dan 5). Di samping itu, usaha perhotelan juga dapat menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan usaha ataupun para wisatawan pada waktu melakukan perjalanan untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata, dan membutuhkan tempat untuk menginap, makan dan minum serta hiburan.

3.5.5. Jasa Penunjang Wisata

a. Pemandu wisata (Guide)

Peraturan Menparpostel RI: Seseorang yang bertugas memberikan bimbingan, penjelasan dan petunjuk tentang obyek wisata serta membantu keperluan wisatawan lainnya

(En 13809 of europen committee for standardisation (cen) adopted by WFTGA at its dunblane scotland convention 2003) is a person who guide visitor in the language of their choice and interprets the cultural and natural heritage of an area which person normally possesses an area-specific qualification usually issued and /or recognized by the appropriate authority.

Pemandu wisata (*Tour Guide*) adalah duta bangsa atau setidaknya duta daerah tempat melakukan tugasnya. Semua yang diekspresikan oleh pramuwisata dianggap oleh wisatawan sebagai cerminan karakter masyarakat setempat, demikian pula sesuatu yang disampaikan oleh pramuwisata akan dipercaya oleh wisatawan sebagai pengetahuan yang akan selalu diingat hingga kembali ke tempat asal.

Syarat untuk menjadi Pramuwisata:

- Sehat Jasmani dan Rohani
- Berpenampilan Menarik
- Mampu berkomunikasi dengan baik dan benar (*Multi Language/Bilingual*)
- Menguasai pengetahuan mengenai objek dan daya tarik wisata

- Memiliki Wawasan yang cukup dibidang pariwisata (Lokal, Nasional)
- Harus Memiliki Sertifikat sebagai Guide yang terdaftar/ diakui.

Tugas Pramuwisata (Guide):

- Mengantar wisatawan (rombongan/ individu) yang mengadakan perjalanan wisata
- Memberi penjelasan tentang rencana perjalanan dan objek wisata serta dokumen perjalanan, akomodasi, transportasi, fasilitas
- Memberikan petunjuk tentang objek wisata
- Membantu menguruskan barang bawaan wisatawan
- Memberikan pertolongan kepada wisatawan yang sakit, kecelakaan, kehilangan, mendapat musibah, dll

Kode etik Pramuwisata:

Kode etik Pramuwisata Indonesia ditetapkan melalui Keputusan Musyawarah Nasional I Himpunan Pramuwisata Indonesia dengan Keputusan Nomor 07/MUNAS.I/X/1988, meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Pramuwisata harus mampu menciptakan kesan penilaian yang baik atas daerah, negara bangsa, dan kebudayaan
2. Pramuwisata dalam menjalankan tugasnya harus mampu menguasai diri, senang, segar, rapi, bersih serta berpenampilan yang simpatik (menghindari bau badan, perhiasan, dan parfum yang berlebihan)
3. Pramuwisata harus mampu menciptakan suasana gembira dan sopan menurut kepribadian Indonesia
4. Pramuwisata harus mampu memberikan pelayanan dan perlakuan yang sama kepada wisatawan dengan tidak meminta tip, tidak menjajakan barang dan tidak meminta komisi
5. Pramuwisata mampu memahami latar belakang asal usul wisatawan serta mengupayakan untuk meyakinkan wisatawan agar mematuhi hukum, peraturan, adat kebiasaan yang berlaku dan ikut melestarikan objek

b. Pemandu wisata (Guide) Berdasarkan lingkup kerjanya:

- **Transfer Guide:** Transfer guide adalah pramuwisata yang kegiatannya

menjemput wisatawan di bandara, pelabuhan laut, stasiun atau terminal menuju ke hotel atau sebaliknya atau mengantarkan wisatawan dari satu hotel ke hotel lainnya

- **Local /Expert Guide:** Local guide adalah pramuwisata yang kegiatannya khusus memandu wisatawan pada suatu objek atau transaksi wisata tertentu, misalnya museum, wisata agro, river rafting, goa, gedung bersejarah, dan lain-lain
- **Walking Guide / Tour Guide:** Walking guide adalah pramuwisata yang kegiatannya memandu wisatawan dalam suatu tour
- **Driver Guide:** Driver guide adalah pengemudi yang sekaligus berperan sebagai Pramuwisata. Ia bertugas mengantarkan wisatawan ke objek atau atraksi wisata yang dikehendaki sekaligus memberikan informasi yang diperlukan. Jadi, pada dasarnya driver guide menjalankan dua fungsi, yakni sebagai pengemudi dan pramuwisata.

c. Pemandu / Guide berdasarkan status kerjanya:

- **Payroll Guide:** Pramuwisata yang berstatus sebagai pegawai tetap perusahaan perjalanan
- **Part Timer/Freelance Guide:** Pramuwisata yang bekerja pada suatu perusahaan perjalanan untuk kegiatan tertentu dan dibayar untuk tiap pekerjaan yang dilakukan,
- **Member of Guide Association:** Pramuwisata yang berstatus sebagai peserta dari suatu asosiasi pramuwisata dan melakukan kegiatannya sesuai dengan tugas yang diberikan oleh asosiasi tersebut
- **Government Officials:** Pegawai pemerintah yang bertugas untuk memberikan informasi kepada tamu tentang suatu aktivitas, objek, gedung, atau suatu wilayah tertentu
- **Company Guide:** karyawan sebuah perusahaan yang bertugas memberikan penjelasan kepada tamu tentang aktivitas atau objek perusahaan.

d. Biro perjalanan wisata (Travel Agents)

Biro perjalanan adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, dan menyediakan pelayanan bagi seseorang, sekelompok

orang, untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama berwisata.

Ruang lingkupnya kegiatan usahanya adalah:

- Membuat, menjual dan menyelenggarakan paket wisata.
- Mengurus jasa angkutan perorangan atau kelompok yang di urusnya.
- Melayani pemesanan akomodasi, restaurant dan sarana wisata lainnya.
- Mengurus dokumen perjalanan
- Menyenggarakan panduan perjalanan perjalanan wisata.
- Melayani penyelenggaraan konvensi, seminar, meeting, loka karya.
- MICE (Meeting Incentive Conference & Exhibition)

e. Agen perjalanan wisata

Biro perjalanan adalah kegiatan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara dalam menjual atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan. Perwakilan adalah Biro perjalanan umum, agen perjalanan, badan usaha lainnya atau perorangan, yang di tunjuk oleh suatu biro perjalanan umum yang berkedudukan di wilayah lain untuk melakukan kegiatan yang diwakilkan, baik secara tetap maupun sementara.

Biro Perjalanan Wisata (BPW) dan Asosiasi Perjalanan Wisata (APW) berada dibawah naungan ASITA (Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies).

f. Tour operator

Adalah suatu perusahaan yang usaha kegiatannya merencanakan dan menyelenggarakan perjalanan untuk tujuan pariwisata atas inisiatif dan risiko sendiri dengan tujuan mengambil keuntungan dari kegiatan tersebut.

g. Tour leader

Seseorang yang bertugas untuk memandu, mendampingi, memimpin, mengayomi perjalanan wisata sebuah grup/sekelompok orang yang melakukan perjalanan wisata dan membuat estimasi biaya perjalanan.

h. Telekomunikasi:

Informasi Teknologi (*IT networking*) tersedianya fasilitas komunikasi yang canggih (*CyberTechnology*) sehingga memungkinkan wisatawan masih dapat melakukan aktivitas pribadinya (bisnis, pendidikan, keluarga dll.) melalui internet, gagnet: web, WA; Facebook, Instagram, Line dsb.

i. Money changer

adalah merupakan salah satu fasilitas yang cukup penting bagi wisatawan yang datang dari Negara lain yang memiliki dana / uang pembayaran yang berbeda dan dapat ditukarkan melalui agent ini.

j. Souvenir shop

(toko cinderamata) merupakan usaha komersial yang sangat mendukung keberadaan obyek wisata dengan menyediakan kebutuhan barang bawaan (oleh-oleh) bagi wisatawan sebagai kenangan cinderamata dari daerah yangtelah mereka datangi, berupa barang souvenir.

Souvenir adalah berbagai macam barang produk kemasan yang dapat dijual kepada wisatawan sebagai barang bawaan atau souvenir untuk kenangan atau oleh-oleh bagi keluarga dan temannya yang dapat berupa barang seni, ukiran, kain, selendang, baju, kaos, topi, magnet, yang merupakan produk khas daerah.

k. Spa

seringkali dianggap sebagai tempat perawatan tubuh berupa pijat atau massage. Padahal pengertian spa sebenarnya adalah tempat dimana orang dapat memperoleh perawatan badan, dari ujung rambut sampai ujung kaki sekaligus mengembalikan kesegaran tubuh setelah berada di posisi yang menegangkan. Perawatan spa terdiri dari creambath, facial, manicure-pedicure, lulur, scrub, foot spa, dan body treatment. Aromatherapy -massage merupakan elemen penting dalam memberikan relaksasi. Dengan menggunakan campuran minyak khusus yang juga bermanfaat untuk refreshing, penghangatan, melegakan pernafasan dan penenangan diri. Kini spa merupakan paket lengkap dari aroma dan suasana yang menenangkan, pelayanan ramah serta pemandangan yang menyejukan jiwa.

3.6. Prasarana wisata

Prasarana wisata adalah sarana pendukung pariwisata yang secara tidak langsung sangat dibutuhkan oleh wisatawan. Seperti tersedianya pelabuhan udara, pelabuhan laut, terminal bus, Stasiun Kereta Api, fasilitas jalan raya, tersedianya instalasi air dan lain-lain yang menunjang sarana wisata yang dibutuhkan.

Prasarana pariwisata tersebut diatas secara langsung maupun tidak langsung merupakan pendukung pemenuhan kebutuhan wisatawan yang sangat utama dan harus dikelola dengan sebaik-baiknya dan secara professional. Keberadaan sarana dan prasarana wisata tersebut sangat menentukan dan berperan penting sebagai daya tarik utama wisatawan untuk mau datang berkunjung kembali. Sehingga manakala sarana prasarana tersebut kurang memadai dapat menciptakan image negatif yang merusak pencitraan dalam pemasaran selanjutnya.

Menurut Oka Yoeti dalam bukunya Pengantar Ilmu Pariwisata mengatakan: “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”. Maksudnya adalah agar suatu obyek wisata dapat dijadikan sebagai salah satu obyek wisata yang menarik, maka faktor yang sangat menunjang adalah kelengkapan dari sarana dan prasarana obyek wisata tersebut. Karena sarana dan prasarana juga sangat diperlukan untuk mendukung dari pengembangan obyek wisata. (Yoeti,1985)[11],

Prasarana tersebut antara lain:

- a. Perhubungan: jalan raya, rel kereta api, pelabuhan udara dan laut, terminal.
- b. Instalasi pembangkit listrik untuk penerangan dan kebutuhan teknologi lain dan instalasi air bersih, yang sangat dibutuhkan wisatawan.
- c. Alat komunikasi dan Sistem telekomunikasi, baik itu telepon, telegraf, radio, televisi, kantor pos, Wifi, Video, dan IT networking.
- d. Pelayanan kesehatan baik itu Klinik, puskesmas, rumah sakit IGD, Laboratorium dsb.

- e. Pelayanan keamanan baik itu pos satpam penjaga obyek wisata maupun pos-pos polisi (polisi pariwisata) untuk menjaga keamanan di sekitar obyek wisata.
- f. Pelayanan wisatawan baik itu berupa pusat informasi ataupun kantor pemandu wisata.
- g. Pom bensin dan lain-lain.

3.7. Bentuk Pariwisata

Di dalam pertumbuhan dan perkembangan industri pariwisata ini dapat diklasifikasikan bentuknya ke dalam beberapa kategori berikut ini:

1. Menurut asal wisatawan
Dilihat dari asal wisatawan, apakah asal wisata itu dari dalam atau luar negeri. Jika dalam negara berarti bahwa sang wisatawan ini hanya pindah tempat sementara di dalam lingkungan wilayah negerinya (pariwisata domestik), sedangkan jika ia datang dari luar negeri dinamakan pariwisata Internasional.
2. Akibatnya terhadap neraca pembayaran adalah menghasilkan devisa. Kedatangan wisatawan dari luar negeri adalah membawa mata uang asing, dan pemasukan valuta asing itu berarti memberi efek positif terhadap neraca pembayaran luar negeri, type pariwisata yang dikunjungi wisatawan ini disebut pariwisata aktif. Sedangkan kepergian seorang warga negara keluar negeri memberikan efek negatif terhadap neraca pembayaran luar negeri negaranya ini dinamakan pariwisata pasif. (Orang Indonesia yang berwisata belanja ke Singapore).
3. Menurut jangka waktu, kedatangan seorang wisatawan di suatu tempat atau negara diperhitungkan pula menurut waktu lamanya ia tinggal di tempat atau negara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah-istilah pariwisata jangka pendek dan jangka panjang, yang mana tergantung kepada ketentuan-ketentuan yang berlaku oleh suatu negara untuk mengukur pendek atau panjangnya waktu yang dimaksud.
4. Menurut jumlah wisatawan
Perbedaan ini diperhitungkan atas jumlahnya wisatawan yang datang, apakah sang wisatawan datang sendiri atau dalam suatu rombongan.

Maka timbullah istilah pariwisata tunggal dan rombongan.

5. Menurut alat angkut yang dipergunakan

Dilihat dari segi penggunaan alat pengangkutan yang dipergunakan oleh sang wisatawan, maka katagori ini dapat dibagi menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api dan pariwisata mobil, tergantung apakah sang wisatawan tiba dengan pesawat udara, kapal laut, kereta api atau mobil.

Sedangkan menurut lokasi kawasan obyek wisata bisa bervariasi seperti: pedesaan (*village/ Resort Tourism*); Mountain Tourism; Geopark/ wisata Gua (*Cave Tourism*); dan kawasan sungai, danau, dan pantai (*Marine Tourim*).

Di kawasan pantai selatan Daerah Istimewa Yogyakarta di kabupaten Kulon progo, Bantul dan Gunung kidul merupakan jalur wisata pantai yang terintegrasi dan terhubung dengan sarana jalan lalulintas darat yang dapat menghubungkan kawasan satu dengan lainnya dari wilayah Kabupaten yang berbeda, sehingga PAD nya pun terserap di wilayahnya masing-masing. Bahkan program pemerintah DIY kedepan setelah selesainya bandara udara internasional rencananya juga akan dibangun pelabuhan laut di Kulon progo, sehingga kapal-kapal pesiar yang besar dapat berlabuh disana. Kapal pesiar (*cruise line*) yang minimal mengangkut 2.500 orang sampai 5.000 orang passangers ini menjadi peluang meningkatnya wisatawan di Yogyakarta.

BAB IV

PROSPEK PENGEMBANGAN PARIWISATA

Negara Indonesia satu-satunya destinasi pariwisata dunia yang banyak memiliki banyak keunggulan, dari berbagai jenis obyek wisata alam yang beragam (Pantai, Gunung, Lembah, Goa, Hutan, Sungai, Danau dll) juga dari atraksi wisata budaya, adat istiadat serta heritage (Candi-candi, Bangunan kuno, Keraton) serta atraksi wisata buatan manusianya dari Sabang sampai Merauke di Irian Jaya.

4.1. Prospek dan tantangan pariwisata abad 21:

- Para pakar pariwisata Indonesia meramalkan bahwa Indonesia mempunyai peluang menjadi pusat ekonomi Asia Pasifik pada abad 21.
- Meningkatnya perbaikan penambahan sarana dan prasarana yang menunjang perkembangan dan pertumbuhan industry pariwisata di Indonesia dan negara-negara di Asia Pasifik beberapa kali ipat dari tahun ke tahun.
- Peningkatan mobilitas penduduk dari satu tempat ke tempat lain didalam negeri maupun antar Negara di Asia Pasifik yang cukup tinggi.
- Kemajuan teknologi komunikasi (*cyber technology*) dan penyebaran informasi yang sangat pesat melalui internet serta media komunikasi lainnya.
- Pertambahan /pengembangan teknoogi informasi dan komunikasi yang luar biasa pesatnya telah merangsang pertumbuhan industry pariwisata, event dan MICE secara cepat pula. Demikian pula penyebaran ilmu melalui seminar, konggres, konferensi, dan pameran produk baru, serta persaingan yang sangat ketat ikut memacu industry ini menjadi tak terbendung.
- Dalam putaran Uruguay telah disepakati agar semua jenis jasa dibuka bagi perdagangan dunia dengan tingkat liberalisasi 100% berdasarkan empat prinsip yaitu:
 - a). *Cross border supply* yang berarti pemasok jasa asing bebas menjual jasanya di Negara tuan rumah (*host country*).

- b). *Consumption abroad*, yang berarti pemakaian jasa di Negara Tuan rumah bebas membeli jasa dari pemasok jasa asing.
- c). *Commercial presence*; yang berarti pemasok jasa asing bebas untuk membuat atau mendirikan Kantor seperti cabang dan sebagainya di Negara Tuan rumah.
- d). *Presence of natural person*, yang berarti pemasok jasa asing bebas untuk mengirimkan tenaga kerjanya untuk bekerja dinegara tuan rumah.

Inilah kenyataan yang dapat diprediksi akan terjadi di Abad 21 ini, untuk itu industry pariwisata Indonesia mau tidak mau harus bersiap diri mengikuti arus yang besar ini. Kesiapan menentukan apakah mampu ikut melaju atau sebaliknya, bahkan tenggelam di samudera. (Dedy Wijayanto,2012)[25].

4.2. Analisis Perkembangan Pariwisata

Perkembangan pariwisata ada beberapa isu pariwisata internasional yang diperkirakan cukup mempengaruhi industri kepariwisataan dunia antara lain:

- Keamanan dunia, Terorisme, dan Hak Asasi Manusia,
- Pergeseran kecenderungan dari Pariwisata Masal menuju Pariwisata Minat Khusus (*Special Interest Tourism*),
- Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan (*Sustainable Tourism Development*),
- Pembangunan yang memberdayakan dan melibatkan Masyarakat (*Community Based Development*),
- Revolusi Teknologi Informasi,
- Semakin terbukanya Pergerakan dan Perjalanan manusia Lintas Batas Negara dan Wilayah (*Borderless Tourism*),
- Perlindungan konsumen yang semakin ketat (*Consumer Right*),
- Era Perdagangan Bebas dan Liberalisasi Industri,
- Serangan Amerika Serikat terhadap Irak.

Analisis perkembangan pariwisata dalam posisi kepariwisataan Indonesia pada peta persaingan pasar global telah menjadi semakin berat karena beberapa tekanan yang terjadi karena beberapa aspek

kehidupan politik dengan banyaknya partai yang belum tenang, bencana alam gunung berapi, kabut asap, banjir, transportasi udara yang terlalu padat sehingga sering terjadi *delay*, dan transportasi darat KA, Bus dan lainnya tidak seimbang dengan kebutuhan jumlah pengguna jasa, terjadi kemacetan di kota-kota besar, pembangunan infrastruktur dan ekonomi yang kompetitif, dan kehidupan budaya yang mulai berubah kurang memperhatikan asset *local wisdom* (kearifan lokalnya). Dalam persaingan global yang harus diperhatikan antara lain:

Keamanan nasional; Pemulihan krisis ekonomi; Tingginya euphoria proses otonomi daerah; banyaknya pengangguran; kurang sinergisnya program-program pemasaran pariwisata Indonesia, jaringan IT networking; program prioritas pembangunan pariwisata perlu ditingkatkan pada posisi utama, selama ini masih pada posisi keempat.

Beberapa permasalahan dampak yang ditimbulkan dari ketidakseimbangan pembangunan di sektor pariwisata Indonesia adalah:

- Pembangunan pariwisata yang tidak merata, khususnya di kawasan timur Indonesia, sehingga tingkat pertumbuhan ekonomi kawasan Indonesia timur dari sektor pariwisata masih rendah.
- Indonesia hanya bertumpu pada satu pintu gerbang utama, yaitu Bali.
- Lemahnya perencanaan pariwisata di kawasan timur Indonesia dan kurang dimanfaatkan potensi pariwisata di kawasan tersebut secara optimal.
- Rendahnya fasilitas penunjang pariwisata yang terbangun.
- Terbatasnya sarana transportasi, termasuk hubungan jalur transportasi yang terbatas.

Permasalahan yang tersebut diatas semuanya bermuara pada pendanaan, sehingga pengembangannya jauh dari apa yang diharapkan, demikian juga dari dukungan partisipasi (*supporting value*) dari para pemerhati pariwisatanya juga banyak berbeda, baik dari faktor SDM pengelolanya (*human capital*). Dengan demikian aspek otonomi daerah tersebut menekankan pada peran stakeholder pariwisata daerah dalam menentukan bagi kelanjutan pengembangan pariwisata daerah yang ada membutuhkan: kreativitas, inovatif, semangat dan kerjasama (*team work*)

untuk membangun asset pariwisata demi peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara luas.

4.3. Bagaimana memaknai Pariwisata

- a). Pariwisata adalah faktor penting untuk menggalang persatuan bangsa yang rakyatnya memiliki perbedaan, adat istiadat, dan cita rasa yang beragam.
- b). Pariwisata menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi karena kegiatannya mendorong perkembangan beberapa sektor ekonomi nasional.
- c). Pariwisata Internasional sangat berguna sebagai alat perdamaian dalam ketegangan-ketegangan politik antar bangsa dan negara.
- d). Pariwisata juga berperan meningkatkan pengetahuan dan pengalaman, sebagai ajang reset penelitian dari seluruh masyarakat akademisi di dunia.
- e). Pariwisata juga sebagai ajang berbisnis melalui event-event MICE yang saat ini sedang marak dalam scope internasional.
- f). Pariwisata sebagai ajang berbagai pertandingan olah raga, peningkatan sportivitas, kerjasama team, loyalitas kebangsaan antar Negara dan bangsa (*Sea Games, world cup, Olympiade*)
- g). Pariwisata juga sebagai alat untuk menjaga kesehatan, menghilangkan stress, relaxasi, refreshing menumbuhkan semangat jiwa yang baru, pergantian suasana tempat dan iklim serta menjauhkan diri dari segala rutinitas sehari-hari dapat menurunkan ketegangan syaraf.
- h). Pariwisata memperkenalkan berbagai budaya tradisional yang sangat beragam sehingga dapat dipergunakan sebagai ajang berkolaborasi yang positif, sehingga tercipta nilai-nilai seni budaya yang lebih berkualitas.
- i). Dengan pariwisata menciptakan perubahan sikap dan perilaku serta karakter dari berbagai pengalaman melihat dan mengikuti acara-acara adat budaya dan keagamaan daerah yang memiliki nilai filosofis yang tinggi. Sehingga dapat terjadi dari sebagian wisatawan asing yang setelah kembali ke daerah atau Negara asalnya sikap perilaku, pola pikir, pandangan berubah menjadi lebih baik. Sebagai contoh wisatawan asing yang awalnya tidak percaya adanya Tuhan setelah lama berada di Pulau Bali dan banyak melihat berbagai acara adat

- penduduk melakukan sesaji setiap saat akhirnya sadar adanya Tuhan.
- j). Banyak wisatawan akhir-akhir ini yang melakukan wisata minat khusus senang untuk menikmati keindahan alam (*Back to Nature*), hal ini merupakan peluang positif bagi pariwisata Indonesia yang kaya obyek wisata alamnya.

Pariwisata yang sekarang ini berkembang sangat signifikan adalah pariwisata minat khusus, yaitu mengunjungi obyek-obyek wisata alam (*back to nature*) yang banyak tersebar di kepulauan nusantara. Akhir-akhir ini di Daerah Istimewa Yogyakarta kawasan pantai selatan menjadi idola wisatawan dari berbagai daerah di Indonesia juga wisatawan asing dari keindahan pantainya. Sebagai contoh *Back to Nature* adalah istilah pariwisata yang sangat familiar dikalangan turis asing (wisman) yang berkunjung ke Indonesia. Karena mereka sangat tertarik dengan berbagai ragam keindahan alam (*nature*) Indonesia yang tidak dimiliki dinegara mereka sendiri. Salah satu obyek wisata alam (*nature tourism*) yaitu Gunung api purba Nglanggeran dan Embung Nglanggeran yang merupakan salah satu destinasi ekowisata kabupaten Gunung kidul Yogyakarta yang sangat potential sebagai ekowisata minat khusus. Apabila ditinjau dari kondisi alam, jenis batuan dan arsitektur wisata alamnya yang sangat indah dan langka didunia ini menjadi sangat layak menjadi incaran dunia. Namun demikian kenyataannya pengelolaan obyek ekowisata gunung api purba nglanggeran yang ada dikabupaten Gunungkidul ini masih dominan dikembangkan dan dikelola secara konvensional oleh masyarakat setempat. Dampaknya pengelolaan dan pengembangannya masih belum optimal. Keberadaan obyek wisata Gunung api purba nglanggeran ini didukung oleh obyek wisata embung Nglanggeran yang saling terintegrasi menjadi satu paket wisata alam.

Gunung api purba Nglanggeran pernah aktif 30-60 juta tahun yang terletak didesa nglanggeran Kecamatan Patuk Desa Nglanggeran kabupaten Gungkidul dengan ketinggian antara 200 – 700 dengan suhu udara rata-rata 23C – 27C. jarak tempuh 20 km dari kota Wonosari atau 25 km dari kota Yogyakarta.

Menurut pengelolanya masyarakat lokal ada beberapa keunikan yang ada di kawasan ekowisata Gunung Purba Nglanggeran antara lain:

Tanaman pohon Termas yang hidup menempel di lereng gunung yang diyakini masyarakat mampu menyembuhkan penyakit melalui getahnya. Tanaman ini berbentuk menjalar dan hanya juru kunci yang dapat mengambil getah ini agar dapat digunakan sebagai obat untuk segala macam penyakit diantaranya: Lever, Stroke, Ambeien, Batu Ginjal, Paru-paru dan lumpuh.

Menurut salah seorang pengelola obyek wisata Nglanggeran ini Aris Budiyo bahwa di nglanggeran ada keunikan yang lain yaitu sebuah kawasan dipuncak gunung yang hanya boleh dihuni hanya 7 buah kepala keluarga (mpu Pitu) merupakan kepercayaan turun temurun yang harus ditaati sampai sekarang. Sesuai dari pesan leluhur sesepuh pepunden dari dusun Tlogo yaitu Eyang Iro Dikromo, bagi mereka yang melanggar akan mendapatkan sangsinya kemudian. Sehingga sampai sekarang ini ketentuan tersebut masih menjadi aturan adat setempat dan dipatuhi oleh masyarakat dari generasi ke generasi berikutnya., merupakan sebuah kulturalisasi yang spesifik dari suatu daerah yang memiliki otoritas tersendiri.

Destinasi ini merupakan wisata minat khusus yang diminati oleh wisatawan yang menyenangi kegiatan hobi naik gunung atau suka berpetualangan, sehingga kebanyakan yang menyenangi obyek wisata ini para remaja, namun demikian banyak juga peneliti yang melakukan riset ilmiah tentang batu batuan melakukan kegiatan disini.





Gambar 12: Gunung Api Purba dan Embung Nglanggeran Kabupaten Gunung Kidul.

Pemandangan Gunung api purba dan Embung nglanggeran dilihat dari udara sangat indah apalagi manakala dilakukan pada sore hari menjelang matahari tenggelam (*sunset*), menciptakan paduan alam dan rona pelangi yang luar biasa indahnya. Embung nglanggeran merupakan obyek wisata buatan yang berupa embung yang artinya reservoir atau penampungan air yang sangat besar seperti danau yang berada di puncak bukit yang memiliki mata air dan dipergunakan untuk menampung air hujan dan dimanfaatkan mengalir sawah dan kebun yang sengaja dibangun sebagai obyek wisata kebun buah nantinya.

Desa Nglanggeran di Yogyakarta pada awal tahun ini 2017 meraih *ASEAN Community Based Tourism Award*. Penghargaan ini tidak lepas dari keberhasilan Ngglanggeran membangun destinasi pariwisata yang berkelanjutan. Pengelolaan yang mengikutsertakan masyarakat. Konsep ekonomi pariwisata yang kontribusinya sejalan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Ngganggeran sendiri juga sukses menyelaraskan sektor pariwisata dan konservasi lingkungan.

4.4. Aspek Pengembangan Pariwisata

Pengembangan suatu destinasi pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek destinasi wisata tersebut dapat diminati pengunjung, yaitu:

1. *Something to see* adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai

sesuatu yang bisa di lihat atau di jadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dayatarik dari wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.

2. *Something to do* adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna atau bermanfaat untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax yang berupa fasilitas-fasilitas rekreasi baik itu arena beraktivitas bermain ataupun tersedianya berbagai tempat makan, terutama makanan khas local dari tempat tersebut sehingga mampu memberikan pengalaman baru serta membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal.
3. *Something to buy* adalah fasilitas untuk wisatawan dapat berbelanja yang berupa souvenir, produk kemasan yang pada umumnya adalah merupakan ciri khas atau icon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh. (Yoeti,1985)[11].

Dalam pengembangan pariwisata perlu ditingkatkan langkah-langkah yang terarah dan terpadu terutama mengenai pendidikan tenaga-tenaga kerja dan perencanaan pengembangan fisik. Kedua hal tersebut hendaknya saling terkait sehingga pengembangan tersebut menjadi realistis dan proporsional.

Nyoman S. Pendit dalam bukunya “ *Ilmu Pariwisata*” mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. (Pendit,1994)[26].

Dari beberapa pembahasan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan Daya Tarik Wisata adalah sifat yang dimiliki oleh suatu obyek berupa keunikan, keaslian, kelangkaan, lain dari pada yang lain memiliki sifat yang menumbuhkan semangat dan nilai bagi wisatawan”. Daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu.

Dengan demikian pengembangan daya tarik destinasi Pariwisata

sepenuhnya terbentuk awalnya adanya otoritas regional yang memiliki ide kreatif, dengan pengelolaan manajemen destinasi alam, lingkungan dan budaya, support dan dukungan aktif dari komunitas masyarakat lokal beserta industri perusahaan yang terkait langsung dan terakhir respon positif wisatawan yang datang terus menerus menjadi pelanggan loyal sangat menentukan keberadaan destinasi yang bersangkutan. Pariwisata lebih cepat berkembang apabila ketiga komponen pemerhati pariwisata (*stakeholder*) yang ada (masyarakat, pemerintah dan peran swasta) saling dapat bekerjasama dan mendukung konsep dan program pengembangan pariwisata yang berkesinambungan (*sustainable tourism*). Melalui program *Forum Group Discussion* (FGD) yang terstruktur dan inovatif serta kesadaran masing-masing khususnya masyarakat sebagai pengelola proses pengembangan pariwisata dapat berjalan dengan baik, karena adanya saling kontrol dalam pelaksanaannya.



Gambar 13: Air Terjun Sri Gethuk di Kabupaten Gunung Kidul

Pemandangan Obyek wisata alam Sri Getuk ini lokasinya di kabupaten Gunung Kidul Yogyakarta yang saat ini sedang trend dan sangat diminati oleh wisatawan baik domestic maupun asing, selalu penuh pengunjung apalagi saat liburan, namun kendalanya faktor jalan menuju lokasi aksesibilitasnya masih belum tertata dan belum memiliki sarana transportasi yang memadai. Sebagai contoh wisatawan rombongan yang datang dengan bus yang besar harus berhenti parkir jauh dengan lokasinya. Sehingga untuk menuju kawasan yang dituju harus pindah dengan alat angkut kendaraan yang lebih kecil. Namun kendalanya alat angkut yang dipergunakan sangat tidak memadai, menggunakan mobil truk bukaan seperti yang biasa dipergunakan untuk pengangkut kambing

atau sapi, dan kurang terjamin keselamatannya. Sedangkan potensi alam yang unik, spesifik dan menarik tersebut dapat menarik banyak wisatawan yang datang setiap harinya, sehingga perlu mendapatkan perhatian dari pemerintah untuk dikembangkan lebih baik sarana dan prasarananya.

4.5. Organisasi industri pariwisata

Pada dasarnya suatu Negara dalam mengembangkan pariwisatanya memerlukan organisasi atau wadah yang berfungsi dapat membina kepariwisataan lebih baik, secara nasional, regional maupun internasional. Dalam bentuk organisasi dari pemerintah daerah, atau dapat dari semi pemerintah atau pihak swasta bukan pemerintah. Dalam pembentukan organisasi kepariwisataan ini dibutuhkan suatu kebijakan atau aturan yang menjadi dasar hukum sebagai aspek legalitas, sehingga dapat diakui secara nasional dan dapat melakukan kegiatan kerjasama secara nasional maupun internasional.

Dalam organisasi yang bersifat internasional diharapkan adanya kerjasama antar Negara sehingga dapat memahami kepentingan dari masing-masing pihak terutama dalam bidang kepariwisataan. Untuk itu setiap organisasi diharapkan dapat meningkatkan kegiatan-kegiatan yang bersifat regional, nasional atau scope internasional seperti berikut:

1). Organisasi Pariwisata Pemerintah (Nasional)

Perubahan nama dan lingkup kegiatan lembaga:

- a. Tahun 1975 masalah pariwisata berada di bawah Departemen Perhubungan.
- b. Tahun 1984 Kepariwisata Indonesia di bawah Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi sejak awal pelita IV dengan Kabinet Pembangunan IV.
- c. Departemen pariwisata, Pos dan Telekomunikasi berubah menjadi Departemen Pariwisata, Seni dan Budaya pada masa pemerintahan BJ. Habibie.
- d. Tahun 1999 di bawah koordinasikan Departemen Pariwisata dan Kesenian.
- e. Kepariwisataan pada Kabinet Gotong Royong dipimpin oleh Departemen Pariwisata, Seni dan Budaya.

- 2). Organisasi Pariwisata Pemerintah (Regional) *Asean Tourism Forum* (ATF)
- 3). Organisasi Pariwisata Pemerintah (Internasional)
- 4). *United Nation – World Tourism Organization* (UN-WTO)

Tujuan dibentuknya UN-WTO adalah untuk mempromosikan dan mengembangkan pariwisata agar memberi andil bagi pembangunan ekonomi, saling pengertian internasional, perdamaian, kesejahteraan dan saling menghormati, berdasarkan hak-hak azazi dan kemerdekaan bagi semua, tanpa membedakan ras, jender, bahasa dan / atau agama.

Sesuai dengan sifat status keanggotaanya dibedakan menjadi 5 kategori antara lain:

- Anggota Penuh (*Full Members*)
- Anggota Sekutu (*Associate members*)
- Anggota Afiliasi (*Affiliate Members*)
- Organisasi Pariwisata Swasta (*Nationality*)
 - a. Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI)
 - b. Association of the Indonesia Tours & Travel Agencies (ASITA)
 - c. Indonesia Housekeeper Association (IHKA)
 - d. Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI)
- 5) Organisasi Pariwisata Swasta (Internasional)

- a. Internasional Hotel & Restoran Association (IHRA)

IHRA merupakan perubahan dari Internasional Hotel Association yang didirikan pada tahun 1947. IHRA adalah suatu organisasi swasta yang non profit dan merupakan satu-satunya organisasi internasional yang secara khusus mengabdikan diri dalam mempromosikan dan memperjuangkan kepentingan hotel dan restoran di seluruh dunia.

- b. Pasific Asia Travel Association (PATA)

PATA secara hukum berkedudukan di Honolulu, Hawaii, merupakan organisasi pariwisata swasta internasional yang didirikan terutama untuk mempromosikan kawasan Asia Pasifik sebagai tujuan wisata mancanegara.

- c. International Air Transport Association (IATA)

Adalah asosiasi transportasi udara yang bertujuan memajukan pertumbuhan pengangkutan udara yang teratur, ekonomis dengan pelayanan rute-rute internasional yang baik. IATA dibentuk pada tahun 1945 dan berpusat di Canada.

4.6. Bentuk-bentuk Pariwisata

Pariwisata sebagai suatu gejala yang terwujud dalam beberapa bentuk yang antara lain berkaitan dengan beberapa kriteria sebagai berikut:

a). Menurut jumlah orang yang bepergian:

- Pariwisata Individu yakni kegiatan berwisata yang dilakukan oleh hanya seorang atau satu keluarga yang bepergian untuk menikmati acara liburan ke tempat wisata yang diinginkan, sesuai selernya dengan tidak menetap. Biasanya dilakukan pada saat liburan atau ada acara tertentu yang tidak melibatkan kelompok lain.
- Pariwisata Rombongan yakni sekelompok orang, atau rombongan orang banyak yang biasanya terikat oleh hubungan-hubungan tertentu (perusahaan, komunitas masyarakat, bisnis dsb) kemudian melakukan perjalanan wisata bersama-sama atau paket tour yang diorganisasi oleh suatu usaha perjalanan (*travel agent*) dan biasanya didampingi oleh seorang *tour leader* sebagai pemimpin perjalanan dan pramu wisata sebagai Guide selama perjalanan.

b). Menurut maksud bepergian:

- Pariwisata Rekreasi / Pariwisata Santai, yang maksud bepergian ini adalah untuk memulihkan kemampuan fisik dan mental setiap peserta wisata dan memberikan kesempatan rileks dari efek kebosanan dan kelelahan kerja, sehingga perlu difasilitasi dengan sarana prasarana tertentu yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan.
- Pariwisata Budaya, maksudnya untuk memperkaya informasi dan pengetahuan tentang budaya dari negara lain dan untuk tujuan kepuasan menikmati kebutuhan hiburan. Dalam hal ini termasuk pula kunjungan ke berbagai kegiatan pameran-pameran dan fair, atau dapat juga perayaan-perayaan adat, tempat-tempat cagar alam, atau cagar purbakala dan lain-lainnya.
- Pariwisata Pulih Sehat, suatu kegiatan wisata yang membutuhkan

kebutuhan perawatan medis dengan fasilitas penyembuhan. Misalnya; sumber air panas, tempat kubangan lumpur yang berkhasiat, perawatan dengan air mineral yang berkhasiat penyembuhan secara khusus, perawatan dengan pasir hangat, dan lain-lainnya. Pariwisata ini memerlukan persyaratan-persyaratan tertentu seperti misalnya penanganan kebersihan, ketenangan, dan perbedaan pendekatan pada status dan taraf hidup yang pantas untuk mereka memiliki yang hidup eksklusif.

- Pariwisata Sport, adalah kegiatan wisata yang bertujuan untuk memuaskan berbagai hobi olahraga wisatawan seperti misalnya memancing, berburu binatang liar, menyelam (*diving*), *snorkling*, bermain ski, dan mendaki gunung (*mountain climbing*). Dengan demikian membutuhkan sarana dan prasarana yang spesifik dan memadai.
- Pariwisata Temu wicara adalah kegiatan pariwisata konvensi yang mencakup pertemuan-pertemuan ilmiah, profesi, dan bahkan politik. Pariwisata jenis ini memerlukan tersedianya fasilitas pertemuan di negara tujuan dan faktor-faktor lain yang penting seperti letak yang strategis, tersedianya transportasi yang mudah, iklim yang cerah, dan lain sebagainya. Seseorang yang berperan serta dalam konferensi itu dapat meminta fasilitas wisata yang lain seperti kegiatan *city tour* dalam dan luar kota, serta *shopping* ke tempat-tempat belanja untuk memberi cinderamata. Pariwisata jenis inilah yang saat ini menjadi sasaran para pengusaha hotel untuk membangun usaha hotel convention yang lebih menguntungkan.

c). Menurut lokasi dan alat transportasi:

- Pariwisata Darat (Bus, Taxi, Rental Mobil, Kereta Api)
- Pariwisata Tirta (Kapal laut, Kapal Ferry, Cruise, Boat)
- Pariwisata Dirgantara (Aero Modelling, Terbang layang, Layang gantung, Paraceling).

d). Menurut letak geografis:

- a. Pariwisata Domestik, yang menunjukkan arus wisata yang dilakukan oleh warga dan penduduk asing yang bertugas di sana, yang terbatas dalam suatu negara tertentu.

- b. Pariwisata regional, yakni kepergian wisatawan terbatas pada beberapa negara yang membentuk suatu kawasan pariwisata, misalnya perjalanan wisata di negara-negara Eropa Barat.
- c. Pariwisata Internasional, yang meliputi gerak wisatawan dari satu negara ke negara lain di dunia.

e). Menurut umur (untuk membedakan kebutuhan dan kebiasaan):

- Pariwisata Remaja. Terdiri dari para remaja SD, SMP, SMA sederajat.
- Pariwisata Dewasa. Terdiri dari mereka yang sudah dewasa baik fisik maupun mentalnya mampu beraviliasi dengan lingkungan yang baik.

f). Menurut jenis kelamin:

- Pariwisata Pria. dan
- Pariwisata Wanita.

g). Menurut tingkat harga dan tingkat level sosialnya:

- Pariwisata pada level atas (*Exclusive*)
- Pariwisata pada level Menengah. (*Middle level*)
- Pariwisata pada level bawah. (*Common/ Standard level*)

Fenomena implikasi pertumbuhan wisata dari dampak pengembangan kawasan sehingga daya tarik wisata yang semakin punah. Sebagai contoh obyek wisata langka **Gumuk Pasir** di pantai Parangtritis ini adalah sebuah fenomena alam yang langka dan satu-satunya yang ada di Asia Tenggara. Gumuk pasir ini berupa bukit-bukit atau gundukan pasir seperti padang gurun yang terdapat di Timur Tengah. Pasir-pasir ini merupakan hasil aktivitas vulkanik Gunung Merapi dan Merbabu yang dibawa oleh arus Kali Opak dan Kali Progo. Pada awalnya, masyarakat sekitar tidak melihat suatu hal yang unik dari tempat ini. Namun setelah diadakan berbagai penelitian, barulah masyarakat sadar bahwa di tempat mereka tinggal ada salah satu warisan dunia. Pertumbuhan bangunan dan penggunaan kawasan pantai sehingga mengurangi luas area kawasan gumuk pasir ini berpengaruh negative terhadap keberadaan ekowisata langka di dunia ini. Pemerintah daerah Bantul sudah melarang pembangunan kawasan di sekitar kawasan gumuk pasir ini, namun

karena pertumbuhan populasi masyarakat yang sangat signifikan, serta adanya pemanfaatan kepentingan tertentu dari sebagian masyarakat yang bermasalah (premanisme) dan susah diatur sehingga larangan tersebut sulit ditanggulangi. Akibatnya lahan kawasan untuk terjadinya gumuk pasir menyempit tinggal beberapa puluh hektar, atraksi alam gumuk pasir ini menjadi terhambat.



Gambar 14: Gumuk Pasir Parangtritis

Obyekwisata alam yang langka ini ada di kawasan pantai Parngtritis kabupaten Bantul yang luasnya hampir 200 Ha namun sekarang hanya tertinggal sekitar 20 Ha saja, karena sudah banyak digunakan sebagai lahan pemukiman penduduk dan bangunan tertentu sehingga terciptanya gumuk pasir akibat perputaran angin bolak balik ini menjadi tidak optimal seperti yang sebelumnya bahkan sudah tidak terjadi lagi hal ini sangat disayangkan karena satu-satunya di dunia keberadaannya.

Obyek wisata langka ini hanya ada di kabupaten Bantul Yogyakarta. Memiliki daya tarik dari keajaiban alam, dimana arah angin yang berputar dan sering berbalik arah mengakibatkan gurun pasir yang luas di Bantul terbentuk seperti pada gambar. Namun sekarang ini sudah tidak dapat terbentuk keunikannya, karena pertumbuhan lingkungan yang kurang tepat, banyaknya rumah penduduk yang mengganggu kawasan yang tidak mampu lagi memproduksi pusaran angin yang dapat membentuk gumuk pasir tersebut.

Destinasi wisata langka yang lain seperti obyek wisata sejarah yang berupa candi-candi yang banyak didapatkan di kawasan pulau jawa ini memiliki spesifikasi yang berbeda dengan wisata lainnya. Wisatawan yang berkunjung disini merupakan jenis wisatawan yang memiliki minat khusus, ingin mempelajari situs-situs candi kuno, sejarah proses berdirinya candi, arsitektur bangunannya, dan hal-hal mistis lainnya yang setiap pengunjung memiliki maksud dan pemahaman yang berbeda.



Gambar 15: Candi Plaosan Klaten Yogyakarta

Salah satu candi Budha kembar utama Plaosan Lor, di Kecamatan Prambanan, Klaten, Jawa Tengah dari dinasti Sailendra abad ke-9 zaman Kerajaan Mataram Kuno. Kompleks Candi Plaosan Lor memiliki dua candi utama. Candi yang terletak di sebelah kiri (di sebelah utara) dinamakan Candi Induk Utara dengan relief yang menggambarkan tokoh-tokoh wanita, dan candi yang terletak di sebelah kanan (selatan) dinamakan Candi Induk Selatan dengan relief menggambarkan tokoh-tokoh laki-laki. Di bagian utara kompleks terdapat masih selasar terbuka dengan beberapa arca buddhis. Kedua candi induk ini dikelilingi oleh 116 stupa perwara serta 50 buah candi perwara, juga parit buatan. Pada masing-masing candi induk terdapat 6 patung/arca Dhyani Boddhisatwa. Walaupun candi ini adalah candi Buddha, tetapi gaya arsitekturnya merupakan perpaduan antara agama Buddha dan Hindu.(https://id.wikipedia.org/wiki/Candi_Plaosan)[27].



Gambar 16: Candi Prambanan Yogyakarta.



Gambar 17: Candi Borobudur di Magelang

Aset langka yang bersejarah Candi Borobudur ini perlu pengelolaan yang serius, untuk menjaga kerusakan situs purbakala ini dari jamahan wisatawan yang kurang memahami nilai-nilai tinggi asset kepurbakalaan bangsa Indonesia ini.

Candi Prambanan yang merupakan candi Hidhu asli yang arsitekturnya hampir sama dengan candi Plaosan dan memiliki banyak

cerita sejarah serta banyak wisatawan domestic dan manca Negara (wisman) yang tertarik dengan struktur bangunan candi ini. Namun dampak gempa di tahun 2006 yang lalu telah mengakibatkan candi ini banyak kerusakan dan harus di restorasi selama ber tahun-tahun, akhirnya masih banyak puing batuan yang masih berserakan belum dapat dibangun kembali. Restorasi candi ini dilakukan oleh orang-orang yang ahli tentang kepurbakalaan dengan mendapat bantuan dana dari UNESCO. Restorasi Candi Prambanan sampai saat ini sudah selesai dan tinggal puing-puing bebatuan disekitar candi yang tertinggal menunggu proses berikutnya. Karena restorasi tersebut memang sangat sulit dan lama prosesnya dan harus ditangani oleh orang-orang yang benar-benar ahli dari kepurbakalaan atau bukan hanya tenaga kasar yang tidak mengenal sejarah estetika dan struktur candi.

BAB V

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERWISATA

5.1. Faktor-faktor baik intern maupun ekstern

Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk berwisata harus dianalisa untuk menentukan bobot masing-masing yang seimbang dengan tolok ukur yang ditetapkan, sehingga para pelaku wisata mampu memberikan pelayanan yang prima sesuai dengan karakteristik wisatawannya.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kedatangan Wisatawan

a). Irrasional (*dorongan dari bawah sadar*):

- 1) Lingkup pergaulan dan ikatan keluarga.
- 2) Tingkah laku prestise.
- 3) Tiruan dan mode.
- 4) Pengaguman pribadi (dalam pola tingkah laku)
- 5) Perasaan-perasaan keagamaan.
- 6) Hubungan masyarakat dan promosi pariwisata.
- 7) Iklan dan penyebaran informasi pariwisata.
- 8) Kondisi ekonomi (faktor pendapatan dan biaya)

b). Rasional (*dorongan yang disadari*)

- 1) Sumber-sumber wisata (aset wisata; alam, warisan budaya, dll)
- 2) Fasilitas wisata (pengorganisasian industri pariwisata, transportasi)
- 3) Kondisi lingkungan masyarakat setempat terhadap orang asing (keramahmatan, mudah bergaul)
- 4) Susunan kependudukan (umur, jenis kelamin, urbanisasi)
- 5) Situasi politik (kestabilannya, tingkat kebebasan warganya)
- 6) Keadaan geografis (jarak dari negara pasaran sumber wisata).

5.2. Aspek Sapta Pesona Pariwisata dalam pengembangan pariwisata.

Pengelolaan beberapa obyek wisata di Indonesia sering meninggalkan faktor-faktor utama yang menentukan kualitas keberadaan obyek wisata

yang ditawarkan, bahkan banyak menciptakan aspek positif terhadap pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Aplikasi dari sapta pesona yang sudah lama disosialisasi pemerintah dan disebar-luaskan untuk diterapkan dalam dunia pariwisata di Indonesia:

1. **Indah** (keindahan obyek daya tarik wisata yang mampu memberikan daya tarik khusus dari aspek kondisi alam, penataan landscape; arsitektur bangunan dan pernik-pernik assesories yang sesuai dengan lingkungan yang ada).
2. **Aman** (factor jaminan keamanan dan kenyamanan berwisata; terbentuknya privasi individu maupun kelompok dalam menikmati suasana berwisata, tegaknya disiplin yang tinggi pengelola wisata juga wisatawan, fasilitas pengamanan dengan CCTV, alarm warning. Sehingga terhindari perbuatan –perbuatan yang pelanggaran hukum.
3. **Tertib** (infrastruktur yang terkelola dengan baik, rambu-rambu, petunjuk yang jelas, tanda-tanda larangan dsb).
4. **Bersih** (kondisi nyata lingkungan dan keberadaan fasilitas sarana, prasarana obyek wisata yang terjamin bersih dan berkualitas akan mampu memberikan kenyamanan bagi wisatawan dalam menggunakan fasilitas yang ada.
5. **Sejuk** (suasana dan atmosfeer lingkungan yang dapat dinikmati wisatawan selama berkunjung sehingga mereka betah dan nyaman berwisata).
6. **Ramah**, (sikap dan perilaku SDM pariwisata sebagai pengelola dalam memberikan pelayanan (*service*) mampu memberikankepuasankepada wisatawan (*customer satisfaction*))
7. **Kenangan** (merupakan salah satu amenities yang berupa souvenir, cidera mata, yang diharapkan mampu memberikan sentuhan hati wisatawan untuk dibawa pulang ke daerahnya dapat berupa produk seni kriya yang spesifik dengan kemasan yang bagus menarik dan mudah dibawa seperti: *T-shirt; Keychain; keyholder, Magnet, small bag*, topi; baju batik; slayer; dsb).

Sebagai Contoh Aplikasi pelaksanaan Sapta pesona :

- Di Ambon passport tamu ditahan (agar dapat diketahui kalau tamu tsb nyata-nyata pulang). Penerapan unsur aman.

- Lingkungan yang bersih. Supaya bersih, justru pohon-pohon perindang ditebangi tidak sesuai dengan aspek “*Go Green Tourism*”
- Penerapan tertib. Banyak tamu asing kurang senang apabila mereka disuruh menunggu, karena Bis yang ditumpangi kena tilang (masuk kota, melanggar jalur).
- Lingkungan yang sejuk. Penutupan kebun raya Bogor oleh departemen Pertanian, untuk penataan intern kebun raya, hal ini departemen pariwisata tidak diberi tahu, sehingga banyak tamu yang complain karena tidak dapat masuk, tidak boleh bermain air di sungai (tanpa alasan yang jelas).
- Penataan Renstra Tourism Map tidak tertib. Persyaratan adanya Chain Hotel untuk pembangunan hotel-hotel baru disuatu tempat (tidak melihat apakah sudah banyak atau belum hotel yang berada ditempat itu). Over Capacity (terjadinya perang tarif)
- Kenangan wisata. Pedagang asongan di candi Borobudur yang menawarkan barang dagangannya tidak ramah, dengan setengah memaksa dan terlalu banyak tidak mau diatur, petugas keamanan tidak dapat berbuat apa-apa.

5.3. Macam Ragam destinasi Pariwisata

Destinasi Pariwisata Alam, Budaya, Agro, Hiking, Eko, Marine, Hunting. Dalam pengembangan destinasi pariwisata tersebut diatas daya dukung pariwisata tidak hanya terbatas pada jumlah kunjungan, namun juga meliputi aspek-aspek lainnya seperti kapasitas ekologi (kemampuan lingkungan alam untuk memenuhi kebutuhan wisatawan), kapasitas fisik (kemampuan sarana dan prasarana untuk memenuhi kebutuhan wisatawan), kapasitas sosial (kemampuan daerah tujuan untuk menyerap pariwisata tanpa menimbulkan dampak negatif pada masyarakat lokal), dan kapasitas ekonomi (kemampuan daerah tujuan untuk menyerap usaha-usaha komersial namun tetap mewadahi kepentingan ekonomi lokal).

Faktor yang menjadi penentu keberhasilan penyelenggaraan destinasi pariwisata berkelanjutan awalnya dimulai dari penyelenggaraan pemerintahan yang baik (*good governance*) yang melibatkan partisipasi aktif secara seimbang antara pemerintah, swasta, dan masyarakat. Selanjutnya berdasarkan konteks pembangunan berkelanjutan ditela

disepakati bersama, pariwisata berkelanjutan tersebut dapat didefinisikan sebagai: pembangunan kepariwisataan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan dengan tetap memperhatikan kelestarian dan memberi peluang bagi generasi muda untuk memanfaatkan dan mengembangkannya sehingga mampu memberikan manfaat terciptanya kesejahteraan masyarakat umum.

Beberapa hal utama dalam pengembangan destinasi Pariwisata

Dalam pengembangan fasilitas destinasi harus memperhatikan hal-hal yang paling utama yakni strategi pengembangan destinasi antara lain:

a. Sustainable Competitive Growth:

Mengembangkan destinasi kompetitif dan berkelanjutan dengan memperhatikan setiap perubahan yang paling trend atau mampu mengikuti perkembangan kebutuhan wisatawan dalam menikmati aktivitas wisata pada destinasi yang ada dalam era tertentu sehingga tidak ketinggalan zaman dengan terciptanya kepuasan (*satisfaction*).

b. Integrated Tourism Ecosystem:

- Mengembangkan Tourism Products & Services, Tourism Sector Enablers, dan Tourism System Enablers
- Meningkatkan upaya promosi destinasi di negara yang menjadi pasar utama, pasar yang selalu berkembang.

Pengembangan destinasi wisata harus mampu menciptakan inovasi produk dan memberikan pelayanan yang berkualitas, baik dari sektor pariwisata maupun dari dukungan masyarakat lokal dan keberadaan lingkungan ekowisatanya.

c. Government Support – Industry Led:

- Fasilitasi pengembangan daya tarik wisata di destinasi;
- Peningkatan kapasitas dan pemberdayaan masyarakat;
- Fasilitasi tata kelola destinasi DMO (*Destination management organization*);
- Fasilitasi dan promosi pariwisata potensial;
- Fasilitasi perencanaan dan pengembangan budaya daerah
- Fasilitasi kompetensi dan sertifikasi usaha dan produk pariwisata

- Pembangunan sarana dan prasarana pariwisata.

Pengembangan destinasi pariwisata tidak berhasil dengan baik tanpa dukungan (*support*) dari semua stakeholder pariwisatanya, khususnya pemerintah yang secara berkelanjutan, Awalnya dengan memberikan pengadaan fasilitas pendukung infrastruktur, sarana prasarana utama agar daya tarik wisatanya mendapatkan respon positif dari masyarakat luas. Memberikan bimbingan dan pendampingan secara kompeten (tata kelola destinasi) sehingga masyarakat pengelola mampu bekerja profesional dalam mengelola obyek daya tarik wisata yang sesuai dengan yang diharapkan, serta pengawasan dan evaluasi secara simultan agar tidak terjadi kesalahan manajemen. Dalam aspek pemasarannya setiap tahun diadakan program pemasaran terpadu seperti pengenalan wisata dengan Talk show; expo wisata; ke daerah lain yang potensial agar setiap perubahan inovasi dan existensi obyek wisata yang ada dapat dipahami dan dikenal oleh masyarakat luas. Pengembangan melalui media komunikasi dan elektronik IT network, sangat diharapkan demi percepatan informasi kepada khalayak sasaran pasarnya.

5.4. Fenomena Kondisi kepariwisataan nasional

Kondisi yang nyata pembangunan ekonomi di Indonesia lebih diorientasikan pada kawasan Indonesia bagian barat. Hal ini terlihat lebih berkembangnya pembangunan sarana dan prasarana di kawasan barat Indonesia, dibandingkan dengan yang terdapat di kawasan timur Indonesia. Hal ini juga terlihat dari pembangunan di sektor pariwisata, dimana kawasan Jawa-Bali menjadi kawasan konsentrasi utama pembangunan kepariwisataan. Sementara dilihat dari kecenderungan perubahan pasar global, yang lebih mengutamakan sumber daya alami sebagai destinasi wisata, maka potensi sumber daya alam di kawasan timur Indonesia lebih besar di bandingkan kawasan barat. Kualitas sumber daya alam yang dapat dijadikan daya tarik wisata unggulan di kawasan timur Indonesia, jauh lebih baik dan memiliki peluang yang besar untuk dikembangkan. Namun demikian tidak secara otomatis kawasan timur Indonesia dapat dikembangkan menjadi kawasan unggulan, karena adanya beberapa masalah mendasar, seperti kelemahan infrastruktur, sumber daya manusia, dan sebagainya.

Beberapa dampak yang ditimbulkan dari ketidak seimbangan pembangunan di sektor pariwisata adalah:

- a. Pembangunan pariwisata yang tidak merata, khususnya di kawasan timur Indonesia, sehingga tingkat pertumbuhan ekonomi kawasan Indonesia timur dari sektor pariwisata masih rendah.
- b. Indonesia hanya bertumpu pada satu pintu gerbang utama, yaitu Bali.
- c. Lemahnya perencanaan pariwisata di kawasan timur Indonesia dan kurangnya pemanfaatan potensi pariwisata di kawasan tersebut secara optimal.
- d. Rendahnya fasilitas penunjang pariwisata yang terbangun.
- e. Terbatasnya sarana transportasi, termasuk hubungan jalur transportasi yang terbatas.

Dengan demikian maka pengembangan pariwisata melalui otonomi daerah sangat perlu menekankan peran aktif stakeholder pariwisata daerah, masyarakat dan pihak swasta (investor) ikut mendukung dan menentukan kelanjutan pengembangan pariwisata daerah yang ada, butuh komitmen bersama, kreativitas, inovatif, semangat dan kerjasama untuk membangun asset pariwisata secara konsisten.

Dengan semakin kompleksnya pengembangan kepariwisataan di Indonesia perlu melibatkan “semua” pihak pemangku kepentingan (*stakeholder*), mulai dari kalangan pemerintah vertikal maupun horizontal (pusat maupun daerah secara lintas sektoral) para pelaku usaha pariwisata sampai pada kalangan masyarakat umum, yang secara logika memerlukan koordinasi yang serasi, solid dan konsisten.

Satu hal yang pasti sangat dibutuhkan dalam perencanaan pengembangan destinasi Pariwisata berkelanjutan adalah “kesepahaman” di antara para pemangku kepentingan tentang berbagai hal, antara lain:

- Perlunya pemahaman secara menyeluruh (*comprehensive*) setiap pihak pemangku kepentingan mengenai seluk beluk kepariwisataan, termasuk dampaknya baik positif maupun negative secara timbal balik antara kepariwisataan dengan bidang / sektor lainnya;
- Perlunya perencanaan pengembangan kepariwisataan, secara lokal, regional dan nasional sebagaimana diamanatkan juga oleh Undang-undang No. 10/Th. 2009 Tentang Kepariwisataan;

- Keterkaitan perencanaan pengembangan kepariwisataan pada pembangunan ekonomi, kehidupan sosial-budaya, stabilitas sosial-politik dan keamanan, kelestarian lingkungan, keserasian tataruang dan tataguna lahan (*land-use*) ... dsb, baik setempat, regional, maupun nasional;
- Kerja keras dan terpadu dari segala aspek kehidupan komunitas masyarakat local dan stakeholder pariwisataanya dalam menciptakan kepuasan pelanggan.
- Dengan demikian pembangunan infrastruktur destinasi wisata yang ada kedepan akan dapat membuka banyak peluang bagi pemenuhan kebutuhan dan perolehan manfaat dari aktivitas pariwisata, namun disisi lain perlu diantisipasi juga, karena akan melahirkan tantangan dan masalah yang tidak sederhana.

Beberapa Hambatan-hambatan dalam pengembangan pariwisata:

- Kebijakan-kebijakan Pembangunan, Pendidikan/latihan, Perencanaan, Koordinasi belum ada, sering tidak selaras atau tidak sesuai dengan konsep pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*), penataan dan pengelolaan obyek wisata yang berubah ubah setiap pergantian pejabat.
- Penanaman modal yang sering sulit teralokasi adanya: kepentingan politik tertentu, kurang kesadaran masyarakat local, hambatan dari oknum tertentu.
- Sumber daya manusia
Pengadaan – butuh kewenangan
Kualifikasi - standarisasi perlu penanganan
Kuantifikasi - Pembatasan / Keseragaman
- Dana: dalam negeri – keterbatasan perlu subsidi
Luar negeri - persaingan perlu sinkronisasi
- Persaingan:
Intern (antar industri/antar daerah)
Ekstern (negara tetangga/internasional) butuh kebijakan
- Peluang: cukup besar / ada tersedia
- Kondisi dalam negeri: penataan, sinkronisasi, kebijakan nasional – pendekatan sistim (tidak partial)

- Kondisi Asia Pasific: arus wisman, kondisi obyek – (harus bertarung)
- Dukungan masyarakat: kesiapan iman, industri, tenaga- (diarahkan)
- Potensi pendukung:
Hotel, restaurant, travel biro, transportasi, obyek wisata, SDM pariwisata, toko souvenir, guide- (perlu penataan yang mantap).
- Organisasi Pendukung:
PHRI, ASITA, HPI, Bank, Money changer, kebijakan imigrasi, keamanan wisata, Sarana Prasarana DTW (diintegrasikan) sesuai program pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Berdasarkan evaluasi dari hambatan dan permasalahan tersebut diatas, maka perlu aplikasi secara konkrit dengan koordinasi yang terstruktur: para stakeholder dalam pariwisata khususnya pejabat-pejabat pemerintah sebagai penentu kebijakan, masyarakat sebagai pelaku, dan dukungan peran swasta, karena kegiatan pariwisata itu bersifat multi sektoral / lintas sektoral.

Peluang Obyek wisata (OTW) untuk dapat dijual (dibangun) apabila memenuhi tiga persyaratan yaitu: *Mudah dicapai, aman dan nyaman (comfortness)*

Industri pariwisata juga sering disebut “***Smokeless industry***”, suatu industri yang tidak punya asap, karena industri pariwisata produknya adalah jasa (***service industry***) atau rangkaian dari pelayanan jasa (***invisible export***).

Pelayanan pariwisata adalah termasuk “***hospitality industry***”

Departemen-departemen yang berhubungan dengan pelayanan Pariwisata:

- Informasi melibatkan: DEPLU, DEPPEN, TIC
- CIQ = costum, imigrasi, dan guarantie melibatkan: DEPTAN, DEPKES, DEPDAGRI.
- Transportasi melibatkan: DEPHUB dan SWASTA
- Airport, taxi, akomodasi melibatkan: DEPPAR, DEPHUB, DEPDAGRI.
- Restaurant melibatkan: DEPKES, DEPPAR.
- Obyek melibatkan: PDK, DEPDAGRI, DEPPAR.

- Keamanan (security) melibatkan: HANKAM dsb.

Dengan demikian Pariwisata secara teknis adalah segala bentuk kegiatan (aktivitas) yang dilakukan oleh stakeholder pariwisata: pemerintah, swasta, dan masyarakat dalam ***mengatur, menata, menyediakan, mengelola, dan melayani kebutuhan bagi para wisatawan***, yang terintegrasi dan berkesinambungan.

Tugas khusus pemerintah daerah bidang pariwisata antara lain:

Membuat peraturan yang aplikatif

- Membuat iklim yang sejuk bagi investor,
- Membuat sarana dan prasarana yang memadahi.

Pelaksanaannya melalui program perancangan, analisis, diskusi, inventorisasi, aplikasi dan evaluasinya dilakukan bersama pihak swasta dan masyarakat pelaku pariwisata melalui program "*Forum Group Discussion*" (FGD).

5.5. Macam-macam jenis sarana wisata

Menurut PP no 24 th 1979: Pemerintah pusat memberikan kepada daerah tingkat I mengenai urusan pariwisata (sebanyak 12 urusan). yang semula dikelola oleh pusat diserahkan kepada pemerintah daerah. Urusan tersebut adalah:

1. Obyek Wisata (selama tidak ditanda tangani oleh pemerintah pusat).
 2. Losmen (Hotel Melati).
 3. Rumah makan
 4. Bar /Café/ Barista
 5. Pramuwisata/ Guide
 6. Rekreasi dan hiburan
 7. Kawasan Wisata (*Tourism Resort*).
 8. Mandala wisata
 9. Pondok wisata
 10. Penginapan remaja (*Youth Hostel*)
 11. Bumi Perkemahan (*Camping Ground*)
 12. Promosi Daerah melalui pemasaran branding, media social, network
- Sedangkan yang menjadi urusan pemerintah pusat adalah:

1. Hotel Bintang (Stars Hotel)
2. Biro Perjalanan Wisata (Travel Agent)
3. Pramuwisata khusus Kraton Palace
4. Restoran
5. Wisata Tirta

(Kantor wilayah Pariwisata adalah merupakan wakil pemerintah di daerah).

Dengan demikian garis besarnya pariwisata adalah seluruh kegiatan perjalanan/sebagian perjalanan yang dilakukan dengan sukarela, bersifat sementara, untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata tertentu dan tidak menetap. Sedangkan pelakunya disebut: wisatawan (*tourist*).

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi non migas yang sangat berperan dalam peningkatan struktur ekonomi dan proses pembangunan negara. Hal ini sangat berkaitan dengan pendapatan atau devisa negara serta pendapatan penduduk disekitar objek wisata.

Secara khusus manfaat pariwisata adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatnya kesempatan berusaha bagi penduduk area masyarakat yang tinggal di sekitar objek wisata.
- b. Sektor pariwisata dapat menyerap tenaga kerja yang dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan penduduk.
- c. Pendapatan negara meningkat berupa pajak baik dari para wisatawan yang datang maupun pajak dari fasilitas sosial di daerah objek wisata, serta keuntungan dari pertukaran mata uang asing dengan mata uang Indonesia untuk keperluan para wisatawan.
- d. Terpeliharanya kelestarian lingkungan hidup dan kebudayaan nasional. Dengan adanya pariwisata, masyarakat senantiasa menjaga keutuhan dan kelestarian objek wisata, baik objek wisata: keindahan alam, bangunan-bangunan tradisional masyarakat.

5.6. Macam jenis kegiatan wisata

Tujuan pariwisata tidak hanya untuk berlibur atau rekreasi, melainkan berhubungan kegiatan olah raga, bisnis pekerjaan, dan tujuan pendidikan. Berdasarkan batasan tersebut, secara umum sektor pariwisata dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu sebagai berikut.

- 1). **Darmawisata**, yaitu berbagai jenis pariwisata yang bertujuan untuk mencari kesenangan yang biasa berhubungan dengan:
 - a. Menikmati perjalanan, seperti mendaki gunung, menjelajah rimba (*cross country*), dan napak tilas.
 - b. **Rekreasi**, misalnya kunjungan ke objek wisata taman-taman wisata, pantai, gunung, dan danau.
 - c. **Wisata budaya**, misalnya kunjungan ke objek candi, keraton, upacara keagamaan area upacara tradisi setempat, dan kesenian daerah;
- 2). **Widyawisata** yaitu jenis pariwisata yang bertujuan memperdalam ilmu pengetahuan, baik untuk belajar misalnya kunjungan ke museum, Taman Mini untuk mempelajari budaya Indonesia, planetarium, ataupun untuk tujuan penelitian, misalnya meneliti keanekaragaman terumbu karang di Taman Bunaken.
- 3). **Karyawisata** yaitu jenis pariwisata yang berhubungan dengan tugas pekerjaan, misalnya pariwisata sambil menghadiri tugas dari tempat pekerjaan (rapat, seminar), atau pariwisata sambil berdagang (niaga).

Undang-undang Kepariwisata No.9 /90

Industri Pariwisata diterjemahkan sebagai usaha Pariwisata yang dibedakan atas:

- a). Usaha Jasa Pariwisata
- b). Usaha Sarana Pariwisata.
- c). Pengusahaan Obyek dan Daya Tarik Wisata

a). Usaha Jasa Pariwisata:

1. Biro Perjalanan Wisata (BPW)
2. Agen Perjalan Wisata (APW)
3. Pramuwisata (Guide).
4. Tour Leader, Tour Operator, Tour conductor.
5. Usaha Informasi Wisata.
6. Impressario (impressariat) yaitu organisasi yang mendatangkan atau mengirimkan artis atau atlit, pengurusan surat-surat (passport. dll), pengurusan akomodasi dan meal. Contoh: Mendatangkan MIKE TYSON, Beatles dll.
7. Usaha jasa Konvensi (Convention)

Perjalanan intensif dari Pameran (exhibition)

Perjalan intensif adalah perjalanan (tour) yang dilakukan oleh karyawan untuk memberikan dorongan untuk bekerja dengan baik (Outing, Gathering)

M.I.C.E: Meeting, Insentive, Conference & Exhibition.

8. Usaha Konsultasi Pariwisata

Usaha minat khusus (special interest Tourism)

Pedestrian Tourism (Hiking).

b). Usaha sarana wisata

Usaha sarana wisata adalah usaha-usaha yang dilakukan dalam menunjang kegiatan wisata yang ada dan berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan para pelaku wisata akan berbagai fasilitas penunjang dalam kegiatan wisata itu sendiri.

1. Usaha Transportasi Wisata.
2. Usaha Jasa Boga (catering service)
3. Usaha Akomodasi
4. Usaha Wisata Tirta (water tourism)

Memancing dan mendayung di Telaga = Water Tourism

Memancing dan mendayung di Laut = Marine Tourism

5. Usaha Kawasan Wisata (Resort Tourism).

Usaha ini harus memenuhi beberapa syarat yaitu:

Accesibility, Attraction, Public Utility (aminty).

Kegiatan tersebut masih perlu ditunjang oleh pemerintah yaitu: *organization, political, Stability.*

5.7. Usaha Obyek dan Daya Tarik Wisata

Merupakan kegiatan-kegiatan dan program-program yang dilakukan oleh pemerintah dalam mengembangkan obyek-obyek wisata yang ada yaitu mengusahakan obyek wisata: Alam, Budaya, Kesenian serta Minat khusus.

1). Obyek dan daya tarik wisata Alam:

- a. Taman wisata Nasional wisata alam: ujung kulon, Bali barat, Bromo (Tengger). Taman wisata: Borobudur, Prambanan, Boko.

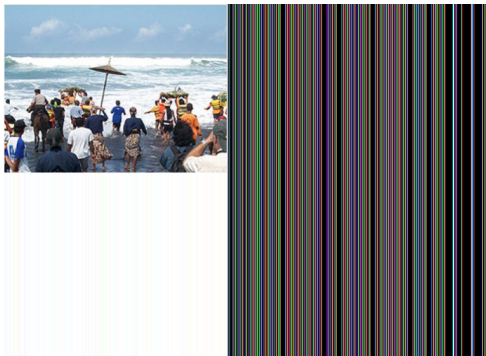
- b. Taman Hutan Raya: kebun raya Bogor, kebun raya Dago (Bandung). Taman Laut Bunaken Maluku, Jawa timur, Jawa barat, Pulau seribu dan Sumatra.

2). Obyek daya tarik wisata Budaya:

- a. Candi-candi: Borobudur, Prambanan, Boko, dll.
- b. Peninggalan kuno: Kraton.Palace; Taman sari;
- c. Musium: (museum Kereta-Api, Tekstil, Museum Angkot)
- d. Pengelolaan: (Sanggar tari, budaya.)
- e. Taman rekreasi: Taman MINI (TMII), Taman Ancol.
- f. Taman Hiburan: Purna Budaya.
- g. Taman Satwa: Kebun binatang, Taman komodo.
- h. Monumen: Monas Jakarta; Monumen Yogya Kembali

Daya tarik Wisata budaya

Kegiatan atraksi daya tarik budaya dari kearifan local (*local wisdom*) suatu daerah yang sudah menjadi adat turun temurun dan terjadwal pelaksanaannya menjadi event budaya yang banyak diminati oleh wisatawan khususnya yang mempercayai bahwa dalam upacara tersebut dapat mendatangkan rezeki atau berkah bagi yang mempercayainya. Sebagai contoh acara grebeg gunung sekaten yang terbuat dari bahan hasil pertanian (palawija) diperebutkan oleh masyarakat umum dan bila yang mendapatkan sesuatu dari gunung tersebut akan mendapatkan manfaat psikologis rezeki yang melimpah dan kebahagiaan dalam keluarganya.



Gambar 18: Upacara Gunung Sekaten di Kraton Palace Yogyakarta.

Pada gambar diatas gunungan sekaten tersebut sebagai lambang rasa syukur dari Sultan Yogya atas kejayaannya, yang harus di bagikan kepada masyarakat umum untuk diperebutkan di depan masjid Agung Yogyakarta. Budaya ini sudah menjadi agenda event pariwisata yang menjadi daya tarik masyarakat dari daerah lain jawa tengah, jawa barat dan jawa timur untuk datang ke Yogyakarta ikut memperebutkan acara gunungan sekaten tersebut. Masyarakat yang percaya pada upacara sakral tersebut, apabila mereka berhasil mendapatkan sesuatu yang diperebutkan dari gunungan tersebut mereka mendapatkan rezeki dan kehidupan keluarga yang sejahtera.



Gambar 19: Upacara Labuhan di Pantai Parang Kusumo Yogyakarta

Demikianpula kegiatan upacara Suatuacara adat yang diselenggarakan setiap tahun oleh Kraton Yogyakarta yaitu Upacara Labuhan Laut. Kata “*labuh*” artinya mirip kata “*larung*” yang bermakna membuang sesuatu ke dalam air laut. Secara sederhana upacara ini sendiri bisa diartikan sebagai aktivitas memberi sesaji / persembahan kepada roh halus yang berkuasa di laut selatan. Tujuannya untuk menjaga keselamatan pribadi Sri Sultan, kraton serta rakyat Yogyakarta. Sedangkan upacara pemberian sesaji laut ini lokasi di Pantai Parangkusumo. Di pantai itu, pelaksanaan upacara labuhan dilakukan dengan cara melemparkan sesaji ke laut dilakukan oleh petugas khusus Kraton beserta para prajurit Kraton dengan upacara khusus yang disaksikan oleh masyarakat setempat juga yang datang dari berbagai daerah, sehingga suasana yang syakral, khidmad namun menjadi meriah.

Upacara labuhan yang sama maksudnya juga dilakukan ke gunung Merapi yang menurut kepercayaan juga dihuni oleh kekuatan roh halus seperti di pantai laut selatan Sri Sultan memberikan sedekah yang berupa sesaji yang dilakukan oleh pejabat Kraton disaksikan oleh masyarakat umum.

Pergelaran Seni tari tradisional (*asset local wisdom*) merupakan aktivitas pelestarian budaya daerah yang menjadi atraksi wisata, banyak diminati oleh wisatawan asing (wisman) yang berkunjung ke Yogyakarta, Acara ini selalu di pertunjukan dalam upacara adat khusus kraton dalam peringatan tertentu, namun sekarang selalu di pertunjukan bagi wisatawan yang berkunjung di Kraton Palace. Namun fenomena yang terjadi regenerasi pencinta seni tari seperti ini yang semakin sedikit. Sehingga pelestarian budaya seni tari ini sangat menghawatirkan kelangsungannya. Sedangkan seni tari tradisional ini sangat spesifik dan megah dan memiliki nilai yang sangat mahal bagi pelestarian budaya daerah di Indonesia.



Gambar 20: Tari bedoyo Kraton Yogyakarta

Pelestarian budaya sebagai salah satu asset kearifan local daerah merupakan komitmen pemerintah sebagai aktivitas dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) yang harus dijaga dan dilestarikan di setiap daerah di Indonesia. Berbeda dengan masyarakat Bali yang sangat *concerned* dengan pelestarian budaya mereka, di setiap tempat pertemuan warga masyarakat “*Bale banjar*” setiap hari dipenuhi

anak-anak kecil dan dewasa untuk latihan menari, dan pertunjukan tari bali ini dapat dinikmati setiap hari oleh wisatawan di berbagai tempat yang berbeda dengan biaya yang cukup menguntungkan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. .



Gambar 21: Tari Pendet Bali

Tarian Pendet ini adalah salah satu jenis tarian yang dipertunjukkan pada saat menerima tamu, sebagai ungkapan rasa bsenang menerima kunjungan, juga ucapan selamat datang kepada wisatawan yang datang berkunjung di Bali.

3). Obyek daya tarik wisata Minat khusus:

- a. Taman berburu
- b. Agro wisata. (Kebun Teh Pagilaran, Tamansari Jakarta; Kebun Apel Malang)
- c. Wisata Tirta (Tanjung Benoa; Bali; RajaAmpat Papua; Bunaken Manado)
- d. Wisata petualangan (Geo-Park Gunung Kidul; Gunung api Purba Nglanggeran; Kalibiru Kulon Progo; Goa Pindul; Rafting Kali Elo))
- e. Speologi (Gua Cerme; Goa Gong; Goa Tabuhan)
- f. Ziarah wisata (Gua Maria Muntilan)
- g. Health tourism: air panas, jamu tradisional. Dll.

Destinasi wisata Kalibiru Kulon Progo Yogyakarta.

Salah satu destinasi wisata baru Kalibiru di Kabupaten Kulon

Progo adalah objek wisata alam paling terkenal yang sedang populer dan nge-hits saat ini khususnya dikalangan remaja di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) juga di Indonesia. Keindahan alam pemandangan pegunungan Menoreh sangat mendukung keberadaan wisata alam Kalibiru ini' kegiatan petualangan, naik pohon menyeberangi jembatan gantung diatas pohon yang tinggi menjadi daya



Gambar 22: Obyek wisata Kalibiru Kulon Progo Yogyakarta

Destinasi wisata akhir-akhir ini banyak dikunjungi wisatawan *turist traveler* hingga *backpacker*. Namun permasalahan yang ada adalah kepedulian pengelola dalam menyediakan sarana prasana masih sangat terbatas dan jaminan safety masih kurang diperhatikan. Jalan akses menuju lokasi Kalibiru juga tidak memadahi karena sempit sehingga mobil berpapasan ketemu mobil yang lain harus berhenti atau memakan waktu. Dengan demikian perlu pemberdayaan masyarakat pengelola dan peningkatan sarana prasarana agar tercipta sebagai obyek destinasi wisata unggulan di Kabupaten Kulon Progo.

GOA Pindul (*Cave Tubing*) adalah salahsatu obyek wisata petualangan geopark yang banyak dikunjungi wisatawan domestik dari berbagai daerah di Indonesia maupun wisatawan asing, karena keunikannya menyusuri air sungai dibawah tanah yang penuh tantangan. Lokasinya ada di kabupaten Gunungkidul Yogyakarta, merupakan tempat wisata yang sangat menarik dan menantang untuk dikunjungi namun kendalanya

sarana prasarananya masih terbatas, dan kalau musim hujan airnya keruh dan terkesan kotor. Goa Pindul ini salah satu pilihan menarik untuk menyusuri sungai dibawah tanah menggunakan bekas Ban truk dipergunakan sebagai pelampung untuk menelusuri aliran sungai di dalam goa, serta menikmati stalaktit stalakmit yang berusia ratusan tahun, binatang kelelawar yang ribuan jumlahnya.



Gambar 23: GeoPark Gua Pindul Gunung Kidul Yogyakarta

Namun saat ini masih perlu keterlibatan serius pemerintah daerah, karena dominasi pengelolaan dari masyarakat lokal yang sering terjadi perselisihan dari saling berebut lahan. Pemerintah daerah harus ikut turun tangan, sehingga dapat menjaga eksistensi obyek wisata yang sering terjadi konflik dari pengelola lokal. Sedangkan dengan jumlah pengunjung yang cukup banyak dapat meningkatkan kesejahteraan dan pengembangan kelangsungan hidup masyarakat setempat.

5.8. Daerah tujuan wisata (DTW) di Indonesia

Daerah tujuan wisata di negara kita yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, terdiri dari berbagai jenis daya tarik wisata, yang berbeda dengan karakteristik nya masing-masing daerah untuk itu sangat perlu untuk dipejari dan dipahami.

Beberapa daerah tujuan wisata yang ada di Indonesia sebagai berikut:

- 1). DKI Jakarta, antara lain Taman Impian Jaya Ancol, Taman Mini Indonesia Indah, Museum Pusat, Pulau Seribu, Pelabuhan Sunda

Kelapa, Pusat Taman Ismail Marzuki, Kebun Binatang Ragunan, Monumen Proklamator, Museum Bahari, Museum Wayang, Monumen Pancasila Sakti, Pasar Burung, dan Museum Tekstil.

- 2). Jawa Barat, antara lain Maribaya, Tangkuban Perahu, air panas Ciater, Kebun Raya Bogor, Istana Presiden Cipanas, Pelabuhan Ratu, Pantai Pangandaran, Pantai Karang Bolong, Puncak, Waduk Jatiluhur, dan Keraton Cirebon.
- 3). Jawa Tengah, antara lain Masjid Agung Demak, Istana Mangkunegara, Taman Hiburan dan Rekreasi Tegal Wareng Semarang, Baturaden, Museum Batik Pekalongan, Museum Kereta Api, dan Candi Borobudur.
- 4). Di Daerah Istimewa Yogyakarta antara lain Keraton Yogyakarta, Candi Prambanan, Kebun Binatang Gembira Loka, Museum Lukis Affandi, Taman Wisata Pelawangan, Makam Imogiri, Kota Cede, Istana Air Taman Sari, Museum Sono Budaya, Pantai-pantai sepanjang pantai selatan yang puluhan jumlahnya dan berbagai nuasa alam yang berbeda dari wilayah Kulon Progo, Bantul dan Gunung Kidul. (Pantai Glagah, Goa Cemara, Pantai Baru, Samas, Parangtritis, Baron, Kukup, ngrenahan, pantai Siung, Jogas, Timang,
- 5). Jawa Timur, antara lain Karapan Sapi Madura, Pantai Kenjeran, Candi Panataran, Air Terjun Sudodo, Pantai Perigi, Gunung Kawi, Taman Candra Wilwatikta, Taman Nasional Gunung Bromo, Pasir Putih, Kali Klosok, Semeru, Air Panas Songgoriti, dan Museum Trowu Ian.
- 6). Bali, antara lain Art Centre Arbian Kapal, Pasar Burung, Museum Bali, Museum Le Maveur, Bukit Seni Sange, Verdi Budaya, Pura Taman Ayu, Mandala Wisata Wengi, Pantai Kuta, Pantai Nusa Dua, Pantai Sanur, Pura Luwur Uluwati, Desa Kintamani, Kebun Raya, Istana Tampak Siring, Toya Bungkah, Desa Ubud, dan Batu Bulan.
- 7). Sumatera Utara, antara lain Danau Toba, Prapat, Taman Wisata Kundur, Pantai Cermin, Tebing Tinggi, Pematang Siantar, Pulau Samosir, Candi Portibi, Museum Dairi, Brastagi, Pulau Tau, Pulau Nias, Barus Jahe/Lingga, Balig, dan Pusat Rehabilitasi Orang Utan Bahorok.
- 8). Sumatera Barat, antara lain Taman Siti Nurbaya, Pantai Sikek, Tugu Khatulistiwa Bonjol, Rimba Panti, Bukittinggi, Kepulauan Mentawai, Danau Singkarak, Karang Tirta, Pantai Air Panas, Kota Gadang, dan

Lembah Harau.

- 9). Sulawesi Selatan, antara lain Goa Manpu, Taman Purbakala Leang-leang, dan Sungguninasa.
- 10). Sulawesi Utara, antara lain Makam Kyai Maja, Tasik Ria, Watuga, Pantai Kema/Batu Nona, Manado Tua, Kasinggola, Pantai Indah Gorontalo, Danau Moat, Danau Limboto, Komplek Pulau Bunaken, Komplek Hutan Tangkoko, Batu Angus, Kiong, dan Pulau Lembah.
- 11). Papua, antara lain Tanjong Kasuari, Danau Sentani, Sky Line, bekas markas besar Jenderal Mc. Arthur, Tanah Merah (Digul), dan Gua Binsar.
- 12). Nusa Tenggara Barat, antara lain Istana Sultan Bima, Pulau Sumbawa Dalam Loka, Pantai Sira dan Senggigi, Gunung Tambora, Cakra Negara, Pulau Moyo, dan Gili Air.
- 13). Nusa Tenggara Timur, antara lain Atambua, Soe, Insana, Museum Led aloro, rumah tempat pernbuangan Bung Karno /Ende, perburuan ikan paus, Pulau Sumba dan sekitarnya, Pulau Sabu/Sawo, Taman Nasional Pulau Komodo, Kampung Rena, Ilang Boa, serta Gunung Kalimutu.
- 14). Maluku, antara lain masjid, benteng, Museum Sawalima, Tugu Martha Christina Tiahahu, bangunan Kesultanan Ternate-Tidore, Teluk Kaco, lomba layar, Taman Nasional Marusella, Taman Taut Ambon, Tugu Peringatan, Pulau Doi, dan Pantai Indah.
- 15). Kalimantan Timur, antara lain Taman Nasional Tanjung Isui, Taman Nasional Kutai, Melak/Kersi Wah, Taman Grogot, dan Muara Anclong/Muara Wahau.
- 16). Kalimantan Barat, antara lain Keraton Meupawah, Monumen Mandir, Rumah Panjang, Pantai Pasir Panjang, Danau Sebadeng, Keraton Sambas, Pantai Penimbangan, Pintu Gerbang Entikong, Tugu Khatulistiwa, Istana Kadaryah, Gunung Poteng, Pantai Kijing, dan Tanjung Batu.
- 17). Lampung, antara lain Pantai Wartawan, Pasir Putih, Pulau Pasir, Wah Belerang, Air Terjun Wah Condong, Kraka tau, Taman Purbakala Pugung Raharjo, Pantai Merak Belatung, Gunung Rajabasa, dan Suaka Alam Way Kambas.
- 18). Sumatera Selatan, antara lain Pusat Tenunan Songket, Kawah

Tengkurap, Museum Timah, Museum Neger, Taman Purbakala Gending Suro (di Pulau Bangka), Pantai Tanjung Kelayang, dan Pantai Burung Mandi.

19. Riau, antara lain Komplek Istana Kerajaan Siak, Pulau Terkulai, Pulau Soreh, Taman Laut, Makam Mahmudsyah, Pantai Pasir Panjang, Semenanjung Sanggarung, Candi Muara Takus, Tanjung Pinang, Pantai Rongga di Batam, dan Pulau Penyengat.
- 20). Naggroe Aceh Darussalam (NAD), antara lain Pantai Lok Nga, Sabang, Cot Panglima, pemandian air panas Simpang Balik, Taman Nasional Gunung Leuser, Taman Gaule Lurah, Perpustakaan Islam Tanah Abai, Danau Laut Air Tawar, Taman Buru Lingse Asaq, Museum Cut Nyak Dien, dan Makam Laksamana Malahayati.

5.9. Strategi Pembangunan Pariwisata Indonesia

a). Attraction

Memperkuat daya tarik wisata berbasis budaya dan pusaka (*culture and heritage*), teknologi untuk *smart city* dan industri kreatif untuk kota kreatif dengan memperkuat basis sumber daya alam, budaya, dan komunitas

b). Amenity

Memperbaiki kualitas, ketersediaan, standarisasi, local content, untuk mengurangi *economic leakages*. Membangun kesetaraan kualitas bertaraf internasional. Membangun amenitas berbasis potensial lokal untuk kesejahteraan komunitas

(*homestay*, pasar, kawasan batik, kawasan budaya, kawasan ekowisata)

c). Accessibility

Memperkuat akses pada pasar utama (aktual dan potensial) dan pergerakan

internal, aksesibilitas untuk transportasi darat kereta api, pengembangan bandar udara dan penerbangan tambahan

d). Ancillary

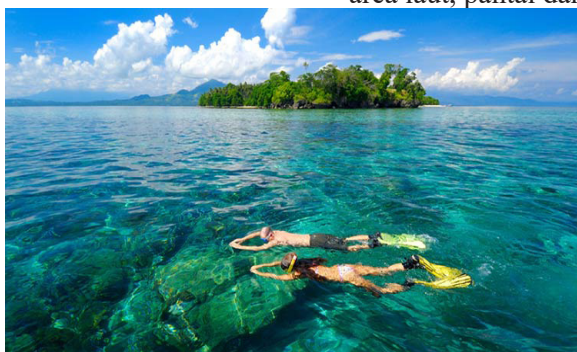
Menyediakan fasilitas tambahan untuk kenyamanan (kereta wisata, TIC, *souvenir centre*)

5.10. Pengembangan destinasi wisata Bahari (Marine Tourism)

Pengembangan destinasi wisata bahari di Indonesia saat ini jauh dari

yang diharapkan, sedangkan kondisi alam Indonesia sebagai negara kepulauan, yang terdiri dari berbagai pulau, dengan berbagai keunikan, pemandangan alam dan pantainya yang berbeda-beda menjadi potensi destinasi wisata Bahari.

Wisata Bahari adalah seluruh kegiatan wisata yang berkaitan dengan bahari atau yang aktivitasnya dilakukan di kawasan laut dan kawasan pantai, dapat juga di kawasan danau, sungai, atau perairan yang memadai untuk aktivitas bahari. Selama melibatkan unsur perjalanan dengan kegiatan yang memanfaatkan potensi alam bahari sebagai Daya Tarik Wisata maupun wadah kegiatannya. Biasanya aktivitas tersebut berkaitan dengan menikmati ekosistem laut yang indah, tetapi sekarang sudah dikemas dengan adanya beberapa event – event yang diselenggarakan di area laut, pantai dan sekitarnya,



Gambar 24: Ekowisata laut Marine Tourism Bunaken Manado

5.9. Destinasi Wisata Unggulan di Indonesia

Banyaknya destinasi wisata di Indonesia menjadi tantangan pemerintah Indonesia Departemen Pariwisata untuk melakukan terobosan untuk mengangkat obyek destinasi wisata tersebut menjadi daya tarik minat wisatawan asing untuk datang ke Indonesia sesuai target yang diharapkan 20 juta wisatawan sampai dengan tahun 2019. Bangsa Indonesia patut bangga dengan keberhasilan Pariwisata Indonesia mendapatkan reward menjadi juara umum pariwisata internasional dengan mendapat juara

pertama lomba video pariwisata internasional dan people choice, di ajang pertemuan UNESCO di China tahun 2017 ini. Hasil ini menunjukkan kreativitas pemasaran pariwisata sebagai aspek branding yang dapat dinikmati oleh seluruh dunia, sehingga kedepan dengan harapan dapat menarik wisatawan lebih banyak datang ke Indonesia.

Untuk menambahkan wawasan dalam buku ini perlu dipaparkan ada 20 obyek wisata alam unggulan yang ada di Indonesia yang merupakan destinasi yang sangat diminati wisatawan asing saat ini, sehingga para pembaca memahami dan ikut menyebar luaskan keberadaannya dalam media social atau pertemuan informal dengan orang lain atau wisatawan asing khususnya, serta dapat memberikan sumbang saran bagaimana inovasi perkembangannya demi kelangsungan hidup masyarakat secara luas.

1). Pantai Maluk (Nusa tenggara barat)

Pantai ini belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, sepanjang pantai barat ke selatan pulau Sumbawa, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), dimana pemandangan disepanjang pesisir pantai Kabupaten Sumbawa Barat yang sangat indah (*really beautiful*). Pantai Maluk di daerah NTB yang mulai ramai dikenal saat ini adalah Pantai Maluk, yaitu sebuah pantai yang begitu indah dan mempesona siapa saja ingin berenang dan berjemur saat cuaca sedang cerah, apalagi sejak matahari memancarkan sinarnya diufuk timur diiringi dengan deru ombak laut yang bergulung-gulung, satu demi satu ke garis pantai.

Pantai Maluk ini berada di sebuah teluk yang berada di Desa Maluk Jereweh Sumbawa Barat. Yang membuat pemandangan pantai Maluk ini indah, karena diapit oleh dua buah bukit, yaitu Bukit Mantun di sebelah utara dan Bukit Balas di sebelah selatan. Sehingga panorama pantai ini sangat indah, apalagi dengan hamparan pasir putih yang berkilauan. Pantai Maluk cukup ramai dikunjungi wisatawan karena letak lokasinya berdekatan dengan kota Maluk sehingga mudah dijangkau. Pantai ini sangat bagus untuk bermain selancar air, selain penduduk setempat yang sudah menjadi peselancar klas internasional, juga banyak peselancar asing dan dari daerah lain yang ingin belajar surfing datang ke pantai ini. Selain berselancar, masih banyak aktivitas lain yang bisa dilakukan di Pantai Maluk ini. Aktivitas Wisatawan bisa berenang, berjemur,

bermain kano, atau sekedar bermalas-malasan sambil bermain pasir di pinggir pantai. Pasir pantai yang putih bersih dan laut yang dangkal sangat cocok dan untuk melakukan berbagai aktivitas tersebut. Di sekitar Pantai Maluk terdapat beberapa restoran dan warung makan yang dapat menyajikan menu makanan khas daerah NTB untuk memuaskan selera kuliner wisatawan.



Gambar 25: Pantai Maluk dan Pantai Yoyo (Nusa tenggara barat)

Selain pantai Maluk di Sumbawa juga ada pantai “**Pantai Rantung**” yaitu salah satu tempat berselancar terbaik di Indonesia, bahkan di dunia. Ombak di pantai ini termasuk dalam daftar ombak terbaik di dunia. Nggak heran kalau Pantai Maluk terkenal ke berbagai penjuru dunia dan banyak kejuaraan selancar tingkat internasional (*International Surfing Championship*) digelar di sana. Pantai ini dikenal oleh masyarakat sekitar sebagai Pantai Yoyo dikarenakan Pecahan ombak ini menggulung hingga ketinggian di atas dua meter dan mirip seperti yoyo Ombak tersebut terus bergulung-gulung hingga seolah-olah menyedot para peselancar yang mencoba untuk menaklukkannya.

2). Gunung Rinjani

Obyek destinasi wisata Gunung Rinjani adalah gunung yang berlokasi di Pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat. Gunung yang merupakan gunung berapi kedua tertinggi di Indonesia dengan ketinggian 3.726 m dpl serta terletak pada lintang 8°25’ LS dan 116°28’ BT ini merupakan gunung favorit bagi pendaki Indonesia karena keindahan pemandangannya. Gunung ini merupakan bagian dari Taman Nasional Gunung Rinjani

yang memiliki luas sekitar 41.330 ha dan diusulkan penambahan luasnya sehingga menjadi 76.000 ha ke arah barat dan timur. Secara administratif gunung ini berada dalam wilayah tiga kabupaten: Lombok Timur, Lombok Tengah dan Lombok Barat.

Gunung Rinjani memiliki Panorama yang terbaik di antara gunung-gunung di Indonesia. Pada bulan Juni-Agustus banyak dikunjungi mahasiswa-mahasiswa pencinta alam dari beberapa perguruan tinggi di Indonesia. Suhu diatas gunung rata-rata sekitar 20 ° C; terendah 12 ° C sedangkan tiupan angin kencang di puncak pada bulan Agustus. Gunung Rinjani dengan titik tertinggi 3.726 m dpl, tersebut telah mendominasi sebagian besar pemandangan Pulau Lombok bagian utara. Di sebelah barat puncak kerucut Rinjani terdapat kaldera dengan luasnya sekitar 3.500 m × 4.800 m, yang memanjang kearah timur dan barat. Di kaldera ini terdapat Segara Anak yakni kondisi alamnya yang menyerupai laut (segara= laut, danau) seluas 11.000.000 m persegi dengan kedalaman 230 m. Air yang mengalir dari danau ini membentuk air terjun yang sangat indah, mengalir melewati jurang yang curam. Di Segara Anak banyak terdapat jenis ikan Mas dan Mujair sehingga sering digunakan untuk memancing, sedangkan dibagian selatan danau ini disebut dengan Segara Endut.



Gambar 26: Gunung Rinjani di Lombok

Di bagian sisi timur kaldera Rinjani terdapat Gunung Baru (**Gunung Barujari**) yang memiliki kawah berukuran 170m×200 m dengan ketinggian 2.296 - 2376 m dpl. Gunung kecil ini terakhir meletus pada

tanggal 25 Oktober 2015 dan 3 November 2015, setelah sebelumnya tercatat meletus Mei 2009 dan pada tahun 2004. Jika letusan tahun 2004 tidak memakan korban jiwa, letusan tahun 2009 ini telah memakan korban jiwa tidak langsung 31 orang, karena banjir bandang pada Kokok (Sungai) Tanggek akibat desakan lava ke Segara Anak Sebelumnya, Gunung Barujari pernah tercatat meletus pada tahun 1944 (sekaligus pembentukannya), 1966, dan 1994.



Gambar 27: Gunung Barujari



Gambar 28: Pendaki gunung dan Pemandangan alam Gunung Barujari.

Secara stratigrafi, Gunung Rinjani dialasi oleh batuan sedimen klastik Neogen (termasuk batu gamping), dan setempat oleh batuan gunung api Oligo-Miosen. Gunung api Kuartir itu sendiri sebagian besar menghasilkan piroklastik, yang di beberapa tempat berselingan dengan lava. Litologi telah merekam sebagian peletusan yang diketahui dalam sejarah. Sejak tahun 1847 telah terjadi 7 kali peletusan, dengan jangka istirahat terpendek 1 tahun dan terpanjang 37 tahun. Seperti pada gunung api lainnya. Menurut Koesoemadinata (1979)[27] menyebutkan bahwa aktivitas kegunungapian Rinjani pasca pembentukan kaldera adalah pembangunan kembali. Kegiatannya berupa efusiva yang menghasilkan lava dan eksplosiva yang membentuk endapan bahan-lepas (piroklastik). Lava umumnya berwarna hitam, dan ketika meleleh tampak seperti berbusa. Peletusan pasca pembentukan kaldera relatif lemah, dan lava yang dikeluarkan oleh kerucut Gunung. Barujari relatif lebih basa dibanding lava gunung api lainnya di Indonesia. Kemungkinan terjadinya awan panas ketika letusan memuncak sangat kecil. Bahan letusan umumnya diendapkan di bagian dalam kaldera saja. Aliran lava, lahar letusan, lahar hujan, dan awan panas guguran berpeluang mengarah ke Kokok Putih hingga Batusantek. Awan panas guguran dapat terjadi di sepanjang leran lava baru yang masih bergerak, meskipun kemungkinannya kecil.

3). Taman Nasional Komodo (TN.Komodo)

Obyek destinasi wisata Taman Nasional Komodo terletak di antara provinsi Nusa Tenggara Timur dan Nusa Tenggara Barat. Taman nasional ini terdiri atas tiga pulau besar Pulau Komodo, Pulau Rinca, dan Pulau Padar serta beberapa pulau kecil. Wilayah darat taman nasional ini 603 km² dan wilayah total adalah 1817 km². Pada tahun 1980 taman nasional ini didirikan untuk melindungi komodo dan habitatnya. Di sana terdapat 277 spesies hewan yang merupakan perpaduan hewan yang berasal dari Asia dan Australia, yang terdiri dari 32 spesies mamalia, 128 spesies burung, dan 37 spesies reptilia. Bersama dengan komodo, setidaknya 25 spesies hewan darat dan burung termasuk hewan yang dilindungi, karena jumlahnya yang terbatas atau terbatasnya penyebaran mereka. Selain itu, di kawasan ini terdapat pula terumbu karang. Setidaknya terdapat 253 spesies karang pembentuk terumbu yang ditemukan di sana, dengan sekitar 1.000 spesies ikan. Keindahan terumbu ini menarik minat wisatawan asing untuk berenang atau menyelam di perairan ini. Pulau-

pulau ini aslinya adalah pulau vulkanis. Jumlah penduduk di wilayah ini kurang lebih adalah 4.000 jiwa. Pada tahun 1991 taman nasional ini diterima sebagai Situs Warisan Dunia UNESCO.



Gambar 29 : Biawak Komodo (*Varanus komodoensis*)

Pada tanggal 11 November 2011, New seven Wonders telah mengumumkan pemenang sementara, dan Taman Nasional Komodo masuk kedalam jajaran pemenang tersebut bersama dengan, Hutan Amazon, Teluk Halong, Air Terjun Iguazu, Pulau Jeju, Sungai Bawah Tanah Puerto Princesa, dan Table Mountain Taman Nasional Komodo mendapatkan suara terbanyak. Namun karena pengelolaannya tidak optimal maka penilaian tersebut akhirnya sirna. Taman ini merupakan kawasan yang terdiri dari beberapa pulau dengan air laut. Pulau-pulau adalah naga habitat satwa liar (*Varanus komodoensis*) yaitu reptil purba yang tersisa di bumi. kondisi alam yang unik, ada yang luas savana lontar nya pohon (*Borassus flabellifer*). Daya tarik utama Taman Nasional Komodo yaitu adanya reptil raksasa purba Biawak Komodo (*Varanus komodoensis*), tetapi keaslian dan kekhasan alamnya, khususnya panorama Savana dan Panorama bawah laut, merupakan daya tarik pendukung yang potensial. Wisata bahari misalnya, memancing, snorkeling, diving, kano, bersampan. Sedangkan di daratan, potensi wisata alam yang bisa dilakukan adalah pengamatan satwa, hiking, dan camping. Mengunjungi Taman Nasional Komodo dan menikmati pemandangan alam yang sangat menawan merupakan pengalaman yang

tidak pernah terlupakan.

4). Kepulauan Raja Ampat

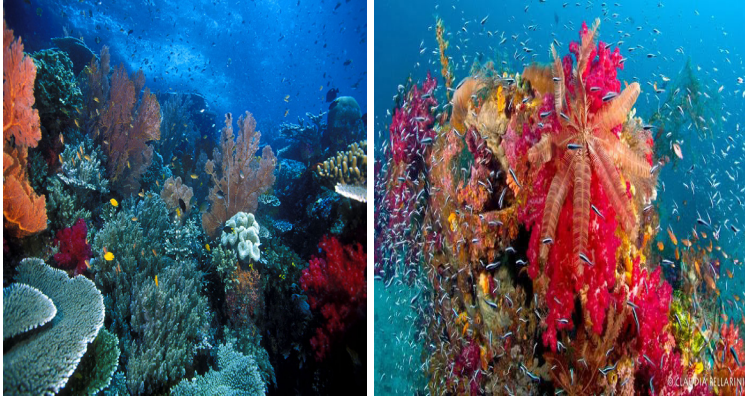
Kepulauan Raja Ampat merupakan tempat yang sangat berpotensi untuk dijadikan sebagai objek wisata, terutama wisata penyelaman (*diving*). Perairan Kepulauan Raja Ampat menurut berbagai sumber, merupakan salah satu dari 10 perairan terbaik untuk *diving site* di seluruh dunia. Bahkan, mungkin juga diakui sebagai nomor satu untuk kelengkapan flora dan fauna bawah air pada saat ini.



Gambar 30: Kepulauan Raja Ampat

Dr John Veron(2002)[29], ahli karang berpengalaman dari Australia, dalam sebuah situs mengungkapkan bahwa Kepulauan Raja Ampat yang terletak di ujung paling barat Pulau Papua sekitar 50 mil sebelah barat laut Sorong, mempunyai kawasan karang terbaik di Indonesia. Menurut John Veron dari hasil penelitiannya selama dua pekan mengidentifikasi bahwa ada sekitar 450 jenis karang di daerah itu. Tim ahli dari Conservation International, The Nature Conservancy, dan Lembaga Oseanografi Nasional (LON) Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) pernah melakukan penilaian cepat pada 2001 dan 2002. Hasilnya, mereka mencatat di perairan ini terdapat lebih dari 540 jenis karang keras (75% dari total jenis di dunia), lebih dari 1.000 jenis ikan karang, 700 jenis moluska, dan catatan tertinggi bagi gonodactyloid stomatopod crustaceans. Hal ini menunjukkan bahwa 75% spesies karang dunia berada di Raja Ampat. Tak satupun tempat di dunia dengan luas area

yang sama mampu memiliki jumlah spesies karang sebanyak ini.



Gambar 31: Biota Laut Pulau Raja Ampat.

Ada beberapa kawasan terumbu karang yang masih sangat baik kondisinya dengan persentase penutupan karang hidup hingga 90%, yaitu di selat Dampier (selat antara Pulau Waigeo dan Pulau Batanta). Selain itu juga ada di wilayah lain: Kepulauan Kofiau, Kepulauan Misool Tenggara dan Kepulauan Wayag. Namun dikatakan bahwa tipe dari terumbu karang yang ada di Raja Ampat umumnya adalah terumbu karang tepi dengan kontur andau hingga curam. Tetapi dapat ditemukan juga jenis tipe atoll, tipe gosong atau taka. Di beberapa tempat seperti di kampung Saondarek, ketika air laut dengan pasang surut terendah, bisa disaksikan hamparan terumbu karang tanpa menyelam dan dengan adaptasinya sendiri, dan karang tersebut masih tetap bisa hidup walaupun berada di udara terbuka dan terkena sinar matahari langsung.

Beberapa spesies ikan laut yang unik yang bisa dijumpai pada saat menyelam adalah beberapa jenis kuda laut katai, *wobbegong*, dan ikan pari Manta. Juga ada ikan endemic raja ampat, yaitu Eviota raja, yaitu sejenis ikan gobbie. Di Manta point yg terletak di Arborek selat Dampier, wisatawan bisa menyelam dengan ditemani beberapa ekor ikan Pari Manta yang jinak seperti ketika menyelam di Kepulauan Derawan, Kalimantan Timur. Jika menyelam di Cape Kri atau Chicken Reef, penyelam bisa dikelilingi oleh ribuan ikan. Terkadang kumpulan ikan tuna, *giant trevallies* dan *snappers*. Tapi yang menegangkan jika dikelilingi oleh

kumpulan ikan barakuda, walaupun sebenarnya itu relatif tidak berbahaya (yang berbahaya jika ketemu barakuda soliter dan sendirian). Hiu karang juga sering terlihat, dan kalau beruntung juga bisa melihat penyu sedang diam memakan sponge atau berenang di sekitarnya. Di beberapa tempat seperti di Salawati, Batanta dan Waigeo juga terlihat Dugong atau ikan duyung. Karena daerahnya yang banyak pulau namun selatnya sempit, maka sebagian besar tempat penyelaman pada waktu tertentu memiliki arus yang kencang. Hal ini memungkinkan juga untuk melakukan *drift dive*, menyelam sambil mengikuti arus yang kencang dengan air yang sangat jernih sambil menerobos kumpulan ikan, pengalaman ini sangat disukai oleh penyelam profesional.

5). Gunung Ijen Jawa Timur

Gunung Ijen adalah sebuah gunung berapi aktif yang terletak di perbatasan antara Kabupaten Banyuwangi dan Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur, Indonesia. Kondisi Gunung Ijen ini memiliki ketinggian 2.443 m dpl, dan terletak berdampingan dengan Gunung Merapi. Gunung Ijen terakhir kali meletus pada tahun 1999. Salah satu fenomena alam yang paling terkenal dari Gunung Ijen adalah kawah yang terletak di puncaknya. Para pendaki untuk mendaki ke gunung ini bisa berangkat dari Banyuwangi ataupun dari Bondowoso. Gunung Ijen adalah salah satu objek wisata unggulan di Indonesia. Gunung Ijen merupakan objek wisata terkenal bagi para pendaki gunung, dan telah diakui oleh banyak wisatawan domestik dan asing karena keindahan panorama alamnya. Untuk mencapai kawah Gunung Ijen dari Banyuwangi, bisa menggunakan kereta api ekonomi dengan tujuan Banyuwangi dan turun di Stasiun Karangasem. Kemudian dilanjutkan naik ojek dengan tujuan Kecamatan Licin atau Desa Banyusari. Dari Banyusari perjalanan dilanjutkan menuju Paltuding dengan menumpang truk pengangkut belerang atau menggunakan bus dan turun di Banyuwangi kota kemudian naik ojek bisa langsung ke Paltuding atau ke Desa Banyusari juga bisa, namun jika dengan menggunakan bus biaya yang dikeluarkan akan lebih mahal. Pintu gerbang utama ke Cagar Alam Taman Wisata Kawah Ijen terletak di Paltuding, yang juga merupakan Pos PHPA (Perlindungan Hutan dan Pelestarian Alam). Dengan demikian Rute alternatif yang dapat ditempuh untuk mendaki ke Gunung Ijen adalah dari Bondowoso - Wonosari - Tapen - Sempol - Paltuding.

Fasilitas lain yang dapat dinikmati oleh pengunjung antara lain pondok wisata dan warung yang menjual keperluan pendakian untuk menyaksikan keindahan kawah Ijen. Dari Paltuding berjalan kaki dengan jarak sekitar 3 km. Lintasan awal sejauh 1,5 km cukup berat karena menanjak. Sebagian besar jalur adalah dengan kemiringan 25-35 derajat. Selain menanjak, struktur tanahnya juga berpasir sehingga menambah semakin berat langkah kaki karena harus menahan berat badan agar tidak merosot ke belakang. Setelah beristirahat di Pos Bunder (pos yang unik karena memiliki bentuk lingkaran), jalur selanjutnya relatif agak landai, selain itu wisatawan / para pendaki disuguhi pemandangan deretan pegunungan yang sangat indah. Untuk turun menuju ke kawah harus melintasi medan yang berbatu-batu sejauh 250 meter dengan kondisi yang terjal.

Panorama yang sangat indah ini dapat dinikmati para pendaki gunung saat berada di puncak melihat kawah gunung Ijen yang masih aktif. Bagi para penggemar pendaki gunung medan yang berat justru menjadi tantangan yang menarik dan mereka inginkan, apalagi selama pendakian dapat menikmati pemandangan yang indah.





Gambar 32: Gunung Ijen Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur.

6). Puncak Jayawijaya (Carstensz Pyramid)

Puncak Jayawijaya ialah sebuah puncak gunung yang berada di Irian Jaya menjadi bagian dari pegunungan Sudirman yang terdapat di Provinsi Papua, Indonesia. Puncak Jayawijaya mempunyai ketinggian 4.884 m dan di sekitarnya terdapat gletser Carstensz, satu-satunya gletser tropika yang ada di Indonesia. Kemungkinan besar akibat pemanasan global segera lenyap atau tidak bisa dijumpai lagi. Puncak Jayawijaya ini merupakan puncak gunung yang tertinggi di Indonesia kawasan Oceania.





Gambar 33: Puncak gunung Jayawijaya di Papua Irian Jaya

Puncak Jayawijaya adalah salah satu dari tujuh puncak gunung tertinggi dunia yang berada di provinsi Papua Irian jaya. Dataran tinggi di sekitar puncak awalnya sudah dihuni sebelum adanya kontak dengan bangsa Eropa, dan puncaknya dikenal sebagai Nemangkawi di Amungkal. Salju abadi diatas puncak Jayawijaya tersebut diperkirakan bakal menyusut, bahkan mengering. Dalam sejumlah penelitian disimpulkan bahwa endapan es di pegunungan ini dari tahun ke tahun mengalami penyusutan yang serius. Penyusutan salju di Pegunungan Sudirman ini diakibatkan oleh pemanasan global. Sehingga, bukan tidak mungkin kelak pegunungan ini akan kehilangan salju seperti yang terjadi pada Gunung Kilimanjaro di Tanzania. Puncak Carstensz ini merupakan puncak tertinggi di Australia dan Oceania. Puncak Jaya sebelumnya bernama Piramida Carstensz setelah penjelajah Belanda Jan Carstenszoon menamainya ketika pertama kali melihat gletser di puncak gunung pada hari yang cerah pada tahun 1623. Padang salju (*gletser*) Puncak Jaya berhasil didaki pada awal tahun 1909 oleh seorang penjelajah Belanda, Hendrikus Albertus Lorentz dengan enam orang suku Kenyah yang direkrut dari Apau Kayan di Kalimantan Utara. Taman Nasional Lorentz yang juga meliputi Piramida Carstensz, didirikan pada tahun 1919. Pendakian ke Puncak Jaya merupakan penaklukan terhadap gunung yang berselimut salju. Berbagai rintangan yang disuguhkan dalam pendakian, seperti kondisi alam yang terjal, suhu yang sangat dingin, angin kencang dan hujan, serta minimnya oksigen di daerah ketinggian merupakan tantangan yang harus ditaklukkan oleh para pendaki.

7). Gunung Anak Krakatau (di Selat Sunda)

Krakatau (bahasa Inggris: *Krakatoa*) adalah kepulauan vulkanik yang masih aktif dan berada di Selat Sunda antara pulau Jawa dan Sumatra yang termasuk dalam kawasan cagar alam. Nama ini pernah disematkan pada satu puncak gunung berapi di sana (**Gunung Krakatau**) yang hilang karena letusannya sendiri pada 27 Agustus 1883.

Letusan itu sangat dahsyat; awan panas dan tsunami yang diakibatkannya menewaskan sekitar 36.000 jiwa. Sampai sebelum tanggal 26 Desember 2004, Tsunami ini adalah yang terdahsyat di kawasan Samudera Hindia. Suara letusan itu terdengar sampai di Alice Springs, Australia dan Pulau Rodrigues dekat Afrika, 4.653 kilometer. Daya ledaknya diperkirakan mencapai 30.000 kali bom atom yang diledakkan di Hiroshima dan Nagasaki di akhir Perang Dunia II. Letusan Krakatau menyebabkan perubahan iklim global. Dunia sempat gelap selama dua setengah hari akibat debu vulkanis yang menutupi atmosfer. Matahari bersinar redup sampai setahun berikutnya. Hamburan debu tampak di langit Norwegia hingga New York.





Gambar 34: Letusan Gunung Krakatau Pulau Jawa 1883 dan Anak Krakatau (di Selat Sunda)

Ledakan Krakatau ini sebenarnya masih kalah dibandingkan dengan letusan Gunung Toba dan Gunung Tambora di Indonesia, Gunung Tanpo di Selandia Baru dan Gunung Katmai di Alaska. Namun gunung-gunung tersebut meletus jauh pada masa ketika populasi manusia masih sangat sedikit. Sementara ketika Gunung Krakatau meletus, populasi manusia sudah cukup padat, sains dan teknologi telah berkembang, telegraf sudah ditemukan, dan kabel bawah laut sudah dipasang.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa saat itu teknologi informasi sedang tumbuh dan berkembang pesat. Tercatat bahwa letusan Gunung Krakatau adalah bencana besar pertama di dunia setelah penemuan telegraf bawah laut. Kemajuan tersebut, sayangnya belum diimbangi dengan kemajuan di bidang geologi. Para ahli geologi saat itu bahkan belum mampu memberikan penjelasan mengenai letusan tersebut. Gunung Krakatau yang meletus, getarannya terasa sampai Eropa. Menurut Profesor Ueda Nakayama salah seorang ahli gunung api berkebangsaan Jepang, Anak Krakatau masih relatif aman meski aktif dan sering ada letusan kecil, hanya ada saat-saat tertentu para turis dilarang mendekati kawasan ini karena bahaya lava pijar yang dimuntahkan gunung api ini. Para pakar lain menyatakan tidak ada teori yang masuk akal tentang Anak Krakatau yang akan kembali meletus. Kalaupun ada minimal 3 abad lagi atau sesudah 2325 M. Namun yang jelas, angka korban yang ditimbulkan lebih dahsyat dari letusan sebelumnya. Anak

Krakatau saat ini secara umum oleh masyarakat lebih dikenal dengan sebutan “Gunung Krakatau” juga, meskipun sesungguhnya adalah gunung baru yang tumbuh pasca letusan sebelumnya.

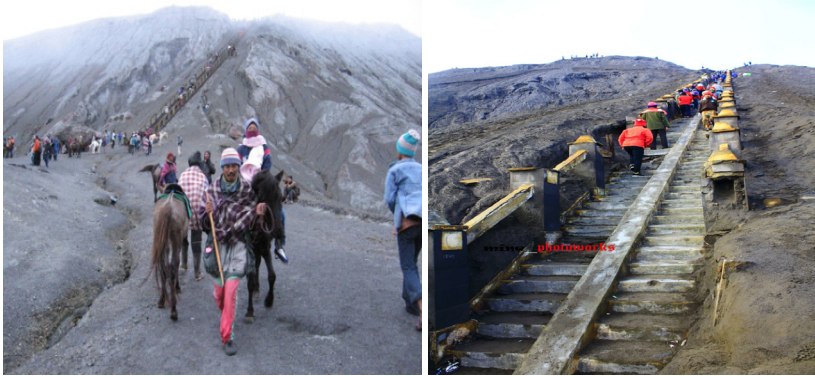
8). Gunung Bromo Jawa Timur

Gunung Bromo (dari bahasa Sanskerta: *Brahma*, salah seorang Dewa Utama dalam agama Hindu), adalah sebuah gunung berapi aktif di Jawa Timur, Indonesia. Gunung ini memiliki ketinggian 2.329 meter di atas permukaan laut dan berada dalam empat wilayah kabupaten, yakni Kabupaten Probolinggo, Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Lumajang, dan Kabupaten Malang.

Gunung Bromo terkenal sebagai obyek wisata utama di Jawa Timur. Sebagai sebuah obyek wisata, Bromo menjadi menarik karena statusnya sebagai gunung berapi yang masih aktif. Gunung Bromo termasuk dalam kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Bentuk tubuh Gunung Bromo bertautan antara lembah dan ngarai dengan kaldera atau lautan pasir seluas sekitar 10 kilometer persegi.

Gunung Bromo yang masih aktif dan paling terkenal sebagai obyek wisata di Jawa Timur. Sebagai kawasan wisata, Gunung Bromo menjadi menarik karena statusnya sebagai gunung berapi yang masih aktif.





Gambar 35: Destinasi Gunung Bromo Tangga ke puncak Caldera Bromo

Lautan pasir adalah andalan wisata dari gunung Bromo, di alam pegunungan yang sejuk, kita dapat melihat padang pasir dan rerumputan yang luas. Sedangkan yang paling ditunggu dari gunung bromo adalah sightview ketika matahari terbit dan terbenam karena memang akan kelihatan jelas sekali dan sangat indah. Walaupun perjalanan ke Bromo sangat berdebu, tapi tidak terasa, karena keindahan yang disuguhkan benar-benar luar biasa. Berlibur menuju bromo dapat dibilang praktis bila menyukai tipe traveller dan melalui jalur pintu utara. Namun dapat juga melakukan kunjungan dalam jangka waktu 12 jam saja. tentunya bila ingin memulainya dari kota Surabaya, Malang, Jember dan sekitarnya. Perjalanan dapat dimulai dari jam 12 malam sehingga anda akan sampai sekitar pukul 2 - 3 pagi. Dimana kita dapat beristirahat dahulu sebelum melihat sunrise. Penjual makanan dan minuman di areal lautan pasir biasanya sudah buka menjelang pukul 3 pagi, sehingga sudah bisa bersiap - siap untuk melakukan pendakian melewati anak tangga puncak bromo yang terkenal itu. nikmatilah pemandangan sampai jam 9 pagi dan dapat kembali sampai di kota keberangkatan anda sekitar 12 siang.

9). Gunung Kelimutu Flores NTT.

Gunung Kelimutu adalah gunung berapi yang terletak di Pulau Flores, Provinsi NTT, Indonesia. Lokasi gunung ini tepatnya di Desa Pemo, Kecamatan Kelimutu, Kabupaten Ende. Gunung ini memiliki tiga buah danau kawah di puncaknya. Danau ini dikenal dengan nama Danau

Tiga Warna karena memiliki tiga warna yang berbeda, yaitu merah, biru, dan putih. Walaupun begitu, warna-warna tersebut selalu berubah-ubah seiring dengan perjalanan waktu. Kelimutu merupakan gabungan kata dari “*keli*” yang berarti gunung dan kata “*mutu*” yang berarti mendidih. Menurut kepercayaan penduduk setempat, warna-warna pada danau Kelimutu memiliki arti masing-masing dan memiliki kekuatan alam yang sangat dahsyat. Danau atau Tiwu Kelimutu di bagi atas tiga bagian yang sesuai dengan warna - warna yang ada di dalam danau. Danau berwarna biru atau “*Tiwu Nuwa Muri Koo Fai*” merupakan tempat berkumpulnya jiwa-jiwa muda-mudi yang telah meninggal. Danau yang berwarna merah atau “*Tiwu Ata Polo*” merupakan tempat berkumpulnya jiwa-jiwa orang yang telah meninggal dan selama ia hidup selalu melakukan kejahatan/tenung. Sedangkan danau berwarna putih atau “*Tiwu Ata Mbupu*” merupakan tempat berkumpulnya jiwa-jiwa orang tua yang telah meninggal. Para penduduk di sekitar Danau Kelimutu percaya, bahwa pada saat danau berubah warna, mereka harus memberikan sesajen bagi arwah orang - orang yang telah meninggal. Luas ketiga danau itu sekitar 1.051.000 meter persegi dengan volume air 1.292 juta meter kubik. Batas antar danau adalah dinding batu sempit yang mudah longsor. Dinding ini sangat terjal dengan sudut kemiringan 70 derajat. Ketinggian dinding danau berkisar antara 50 sampai 150 meter.





Gambar 36: Puncak Gunung Kelimutu Flores NTT yang sangat indah.

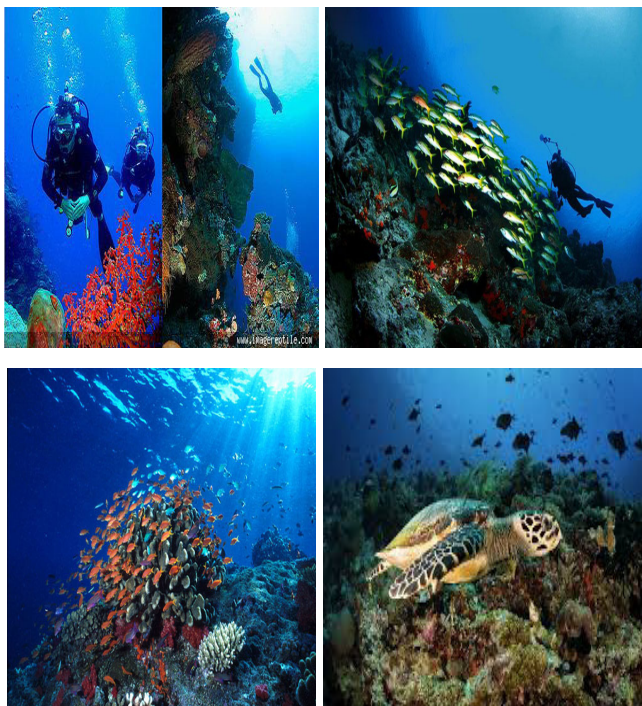
Kelimutu merupakan gabungan kata dari “*keli*” yang berarti gunung dan kata “*mutu*” yang berarti mendidih. Menurut kepercayaan penduduk setempat, warna-warna pada danau Kelimutu memiliki arti masing-masing dan memiliki kekuatan alam yang sangat dahsyat. Danau atau Tiwu Kelimutu di bagi atas tiga bagian yang sesuai dengan warna – warna yang ada di dalam danau. Danau berwarna biru atau “*Tiwu Nuwa Muri Koo Fai*” merupakan tempat berkumpulnya jiwa-jiwa mudamudi yang telah meninggal. Danau yang berwarna merah atau “*Tiwu Ata Polo*” merupakan tempat berkumpulnya jiwa-jiwa orang yang telah meninggal dan selama ia hidup selalu melakukan kejahatan/tenung. Sedangkan danau berwarna putih atau “*Tiwu Ata Mbupu*” merupakan tempat berkumpulnya jiwa-jiwa orang tua yang telah meninggal.

10). Taman Laut Bunaken Manado

Bunaken adalah sebuah pulau seluas 8,08 km² di Teluk Manado, yang terletak di utara pulau Sulawesi, Indonesia. Pulau ini merupakan bagian dari kota Manado, ibu kota provinsi Sulawesi Utara, Indonesia. Pulau Bunaken dapat di tempuh dengan kapal cepat (*speed boat*) atau kapal sewaan dengan perjalanan sekitar 30 menit dari pelabuhan kota Manado. Di sekitar pulau Bunaken terdapat taman laut Bunaken yang merupakan bagian dari Taman Nasional Bunaken. Taman laut ini

memiliki biodiversitas kelautan salah satu yang tertinggi di dunia. Selam scuba menarik banyak pengunjung ke pulau ini. Secara keseluruhan taman laut Bunaken meliputi area seluas 75.265 hektare dengan lima pulau yang berada di dalamnya, yakni Pulau Manado Tua (Manarauw), Pulau Bunaken, Pulau Siladen, Pulau Mantehage berikut beberapa anak pulaunya, dan Pulau Naen. Meskipun meliputi area 75.265 hektare, lokasi penyelaman (*diving*) hanya terbatas di masing-masing pantai yang mengelilingi kelima pulau itu.

Taman laut Bunaken memiliki 20 titik penyelaman (*dive spot*) dengan kedalaman bervariasi hingga 1.344 meter. Dari 20 titik selam itu, 12 titik selam di antaranya berada di sekitar Pulau Bunaken. Dua belas titik penyelaman inilah yang paling kerap dikunjungi penyelam dan pecinta keindahan pemandangan bawah laut.



Gambar 37: Keindahan biota Taman Laut Pulau Bunaken

Sebagian besar dari 12 titik penyelaman di Pulau Bunaken berjajar dari

bagian tenggara hingga bagian barat laut pulau tersebut. Di wilayah inilah terdapat *underwater great walls*, yang disebut juga *hanging walls*, atau dinding-dinding karang raksasa yang berdiri vertikal dan melengkung ke atas. Dinding karang ini juga menjadi sumber makanan bagi ikan-ikan di perairan sekitar Pulau Bunaken. Taman laut Bunaken memiliki 20 titik penyelaman (dive spot) dengan kedalaman bervariasi hingga 1.344 meter. Dari 20 titik penyelaman, 12 poin di antara mereka menyelam di sekitar Pulau Bunaken. Dua belas titik penyelaman yang paling sering dikunjungi oleh penyelam dan pecinta keindahan pemandangan bawah laut.

11). Danau Toba Sumatra Utara

Danau Toba terletak di Provinsi Sumatera Utara adalah sebuah danau vulkanik dengan ukuran panjang 100 kilometer dan lebar 30 kilometer (danau vulkanik terbesar di dunia). Di tengah danau ini terdapat sebuah pulau vulkanik bernama Pulau Samosir. Diperkirakan Danau Toba terbentuk saat ledakan sekitar 73.000-75.000 tahun yang lalu dan merupakan letusan supervolcano (gunung berapi super) yang paling baru. Bill Rose dan Craig Chesner dari Michigan Technological University memperkirakan bahwa jumlah total material pada letusan sekitar 2.800 km³ -sekitar 2.000 km³ dari Ignimbrit yang mengalir di atas tanah, dan sekitar 800 km³ yang jatuh sebagai abu terutama ke barat.



Gambar 38: Danau Toba (provinsi Sumatra Utara)

Aliran piroklastik dari letusan menghancurkan area seluas 20.000 km²,

dengan deposito abu setebal 600 m dengan kawah utama. Penyebaran debu gunung berapi itu sangat luas, ditemukan hampir di seluruh dunia. Berasal dari sebuah erupsi supervolcano purba, yaitu Gunung Toba. Dugaan mengarah ke Gunung Toba, karena ditemukan bukti bentuk molekul debu vulkanik yang sama di 2100 titik. Sejak kaldera kawah yang kini jadi danau Toba di Indonesia, hingga 3000 mil, dari sumber letusan. Bahkan yang cukup mengejutkan, ternyata penyebaran debu itu sampai terekam hingga Kutub Utara. Hal ini mengingatkan para ahli, betapa dahsyatnya letusan super gunung berapi Toba kala itu

12). Baluran (Jawa Timur)

Destinasi wisata Taman Nasional Baluran ini adalah salah satu Taman Nasional di Indonesia yang memiliki representasi spesifik ekosistem hutan kering di pulau Jawa, memiliki jenis vegetasi terdiri dari savana, hutan mangrove, hutan musim, hutan pantai, hutan pegunungan bawah, hutan rawa dan hutan cemara yang hijau di sepanjang tahun. Tipe vegetasi savana mendominasi kawasan Taman Nasional Baluran yakni sekitar 40 persen. Destinasi Baluran terletak di wilayah Banyuwangi, Situbondo dan Wongsorejo, Banyuwangi (sebelah utara), Jawa Timur, Indonesia.



Gambar 39: Destinasi Wisata Taman Nasional Baluran



Gambar 40: Pemandangan Alam di Gunung Baluran Situbondo Jawa Timur

Nama dari Taman Nasional ini diambil dari nama gunung yang berada di daerah ini, yaitu Gunung Baluran. Pintu Gerbang untuk masuk ke Taman Nasional Baluran berada di $7^{\circ}55'17.76''\text{S}$ dan $114^{\circ}23'15.27''\text{E}$. Tanahnya yang berwarna hitam dari jenis tanah aluvial dan vulkanik meliputi luas setengah luas daratan rendah yang ditumbuhi rumput savana. Daerah tersebut merupakan daerah yang sangat subur dan kaya sumber makanan bagi berbagai jenis satwa pemakan rumput. Pemandangan alamnya yang memiliki ciri khas ini menjadi daya tarik wisata minat khusus bagi wisatawan asing yang suka meneliti (*researcher*) tentang kehidupan ekosistem yang ada di hutan kering di Indonesia.

13). Dreamland (Bali)

Destinasi Pantai Dreamland adalah sebuah tempat wisata yang terletak di sebelah selatan Bali daerah Pecatu. Pantai Dreamland ini dikelilingi oleh tebing-tebing yang menjulang tinggi, dan dikelilingi batu karang yang lumayan besar di sekitar pantai. Lokasi pantai ini berada dalam kompleks Bali Pecatu Graha (*Kuta Golf Link Resort*) yaitu sekitar 30 menit dari pantai Kuta. Pantai Dreamland sendiri hampir mirip dengan pantai Kuta.



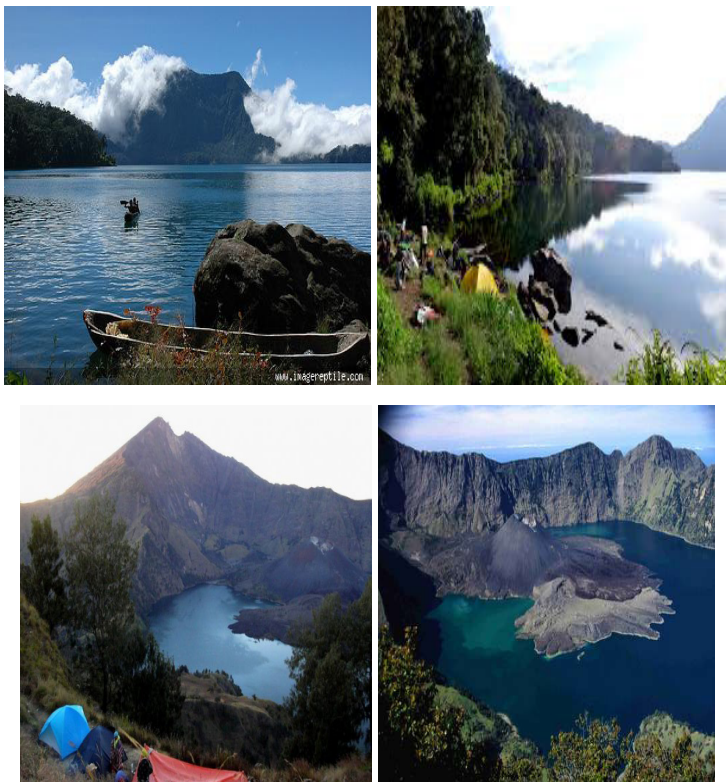
Gambar 41 : Pantai Dream Land di Bali - Indonesia

Hamparan Pasir putih dan celah karang yang terjal menjadi pemandangan yang sangat indah memikat mata untuk dipandang. Lokasi yang berpasir putih bersih di pantai tepat di bawah dinding karang curam cocok untuk menikmati saat matahari tenggelam (*sunset*) atau sekadar menyaksikan atraksi para peselancar. Dengan ombaknya yang tinggi dan besar banyak diminati oleh para penggemar olahraga selancar air (*surfing*), bahkan Dreamland sudah dijadikan semacam surfing spot baru untuk kawasan Bali. Pantai Dreamland merupakan salah satu pantai yang paling indah di Bali selain pantai Kuta. Pantai yang terletak tidak jauh dari Uluwatu di pulau Bali yang juga sangat terkenal karena keindahan pemandangan alamnya. Banyak wisatawan menikmati keindahan alam dari perpaduan pantai pasir putih yang

bersih, tebing batuan karang yang unik, dan besarnya ombak laut yang bergulung-gulung menerpa tebing pantai menjadi peristiwa yang sangat indah untuk diabadikan dengan foto. Keindahan dan kebersihan pantai menambah daya tarik pengunjung, bukan hanya dari dalam negeri tapi juga turis asing. Asal usul nama *Dreamland* dikarenakan dulu di area ini terdapat sebuah proyek perumahan dan objek wisata yang layak sebagai tempat untuk diimpikan. Namun proyek tersebut terhambat dan terbengkalai sedangkan para penduduk desa Pecatu yang dulunya hidup sebagai petani sangat berharap proyek selesai dan mereka bisa menekuni bisnis lain di bidang pariwisata. Untuk itu lahan disekitar pantai ini disebut dengan *Dreamland* (tanah impian).

14). Danau Gunung Tujuh (*Seven Lakes Mountain*), Jambi

Destinasi wisata **Danau Gunung Tujuh** merupakan Danau yang terletak di Kabupaten Kerinci, Jambi Sumatra Barat yang lokasi tepatnya di Desa Pelompek, Kecamatan Ayu Aro. Danau ini berada di kawasan Gunung Tujuh, sebuah gunung yang berada tepat di belakang Gunung Kerinci. Gunung Tujuh masih termasuk dalam wilayah Taman Nasional Kerinci Seblat yang merupakan salah satu situs Warisan Dunia menurut UNESCO. Bagi para pendaki gunung (*Mountain Climber*) Gunung Kerinci ini mungkin menjadi tujuan utama karena gunung tersebut merupakan gunung aktif yang tertinggi di Indonesia (3805.m dpl), namun bagi wisatawan yang ingin sekadar menikmati keindahan alam Kabupaten Kerinci, Danau Gunung Tujuh bisa menjadi pertimbangan sebagai tujuan wisata. Selain memiliki panorama alam yang menakjubkan, jalur jalan menuju ke Danau Gunung tujuh yang dilalui juga jauh lebih mudah dari pada ke Gunung Kerinci.



Gambar 42 : Danau Gunung Tujuh di Kabupaten Kerinci Jambi

Danau Gunung Tujuh juga merupakan salah satu Danau tertinggi di Indonesia, Danau ini berada di ketinggian 1.950 meter di atas permukaan laut. Dengan ketinggian hampir 2 kilometer dpl itu bisa dibayangkan betapa dinginnya air Danau Gunung Tujuh di pagi hari. Meskipun begitu, berendam di Danau Gunung Tujuh dengan air yang sangat dingin menjadi tantangan sendiri bagi para pendaki gunung.

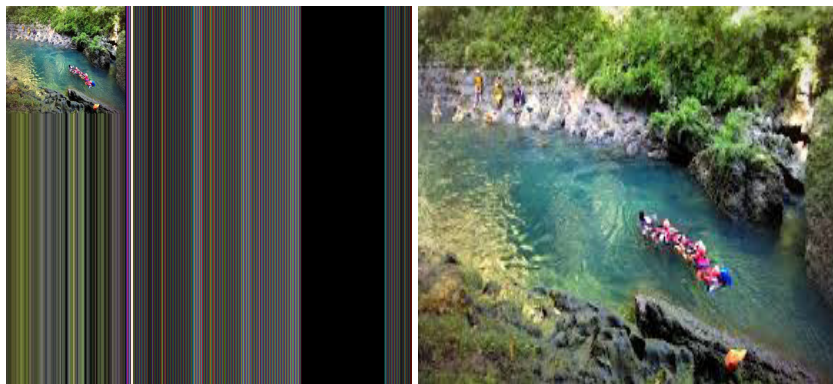
Masyarakat daerah Gunung Kerinci bangga dengan keberadaan Danau Gunung Tujuh yang merupakan danau tertinggi di Asia Tenggara. Selain itu juga ada beberapa danau kecil lainnya dengan keindahan alam yang unik dan menarik pula yakni Danau Belibis dengan alam yang masih asli memberikan sentuhan daya tarik alam yang berbeda. Sehingga kabupaten Jambi ini memiliki asset wisata alam yang berbeda

dengan obyek wisata alam di daerah Indonesia yang lain. Selain itu di Jambi juga terkenal dengan masjid seribu tiang yakni sebuah masjid yang ada di Jambi yang memiliki banyak sekali tiang bangunannya bahkan di hias sangat indah seperti yang ada di Kota Medinah.

15). Green Canyon (West Java)

Destinasi wisata Green Canyon Pangandaran Indonesia ini terletak di Desa Kertayasa, Kecamatan Cijulang, Ciamis, Jawa Barat. Lokasi destinasi wisata ini dari Kota Ciamis berjarak sekitar 130 km atau jarak dari pantai Pangandaran hanya berjarak sekitar 31 km. Di dekat objek wisata ini terdapat objek wisata Batukaras serta Lapangan Terbang Nusawiru. Objek wisata Green Canyon yang mengagumkan ini sebenarnya merupakan aliran dari sungai Cijulang yang melintas menembus gua-gua yang penuh dengan keindahan pesona stalaktit dan stalakmitnya. Selain itu daerah ini juga diapit oleh dua bukit dengan banyaknya bebatuan dan rerimbunan pepohonan. Semuanya itu membentuk seperti suatu lukisan alam yang begitu unik dan begitu menantang untuk dijelajahi. Untuk mencapai lokasi Goa ini wisatawan harus berangkat dari dermaga kapal di Ciseureuh yang kemudian melakukan perjalanan dengan menggunakan perahu tempel atau kayuh yang banyak tersedia dan disewakan di sana. Jarak antara dermaga dengan lokasi Green Canyon sekitar 3km, yang bisa ditempuh dalam waktu 30-45 menit. Sepanjang perjalanan kita akan melewati sungai dengan air berwarna hijau toska sehingga diberi nama *Green Canyon*.





Gambar 43: Green Canyon Jawa barat

Destinasi wisata alam *Green Canyon* menyimpan pesona luar biasa. Kombinasi sungai, lembah hijau, hutan lindung, dan berbagai stalaktit-stalakmit. Menjadi perpaduan yang sangat indah dan menarik untuk dikunjungi. Ibaratnya merupakan suatu kecantikan yang tidak terlihat awalnya, yang dibungkus dalam sebuah perjalanan air sungai yang sangat dalam, atau berada pada lokasi yang tersembunyi seperti *paradise*. Destinasi wisata *Green Canyon* ini dikembangkan pada tahun 1980. Wisatawan setelah melakukan perjalanan sungai yang berakhir dengan terlihat jeram serta dengan alur sungai yang sempit yang sulit dilewati oleh perahu berarti perjalanan wisata sungai ini sudah sampai di mulut *Green Canyon*, di mana airnya sangat jernih berwarna kebiru-biruan. Di sinilah awalnya petualangan menjelajah keindahan objek wisata goa *Green Canyon*. Wisatawan dapat melanjutkan perjalanan menyusuri goa ke atas dengan berenang atau merayap di tepi batu. Disini disediakan ban sebagai pelampung bagi yang memilih untuk berenang. Meskipun harus menempuh cara seperti ini, namun perjalanan wisata ini dijamin sepenuhnya aman. Bahkan untuk anak-anak 6 tahun ke atas cukup aman untuk menyusuri aliran sungai dengan menggunakan ban dan dipandu oleh pemilik perahu yang disewa. Perjalanan terus berada dalam cekungan dinding terjal di kanan kiri aliran sungai. Keunikan dinding batuan goa menjadi keindahan tersendiri, yang paling unik berbentuk menyerupai sebuah gua yang atapnya sudah runtuh. Selain itu di bagian atas beberapa kali pengunjung akan melewati stalaktit-stalaktit yang

masih dialiri tetesan air tanah. Setelah beberapa ratus meter berenang, akan terlihat beberapa air terjun kecil di bagian kiri kanan yang begitu menawan. Jika diteruskan berenang maka pengunjung sampai pada ujung goa, di mana terdapat gua yang dihuni oleh banyak kelelawar.

16). Danau Sentani Jayapura

Destinasi wisata **Danau Sentani** adalah danau yang terletak di Papua Indonesia. Danau Sentani berada di bawah lereng Pegunungan Cagar Alam Cyclops yang memiliki luas sekitar 245.000 hektar. Danau ini terbentang antara Kota Jayapura dan Kabupaten Jayapura, Papua. Danau Sentani yang memiliki luas sekitar 9.360 hektar dan berada pada ketinggian 75 mdpl. Danau Sentani merupakan danau terbesar di Papua. Di danau ini juga terdapat 21 buah pulau kecil menghiasi danau yang indah ini. Arti kata Sentani berarti “*di sini kami tinggal dengan damai*”. Nama Sentani sendiri pertama kali disebut oleh seorang Pendeta Kristen BL Bin ketika melaksanakan misionaris di wilayah danau ini pada tahun 1898. Danau ini sudah dikelola menjadi objek wisata karena berjarak 50 kilometer dari Jayapura dan mudah dijangkau, sebagai pelengkap di danau ini sudah banyak terdapat perahu wisata untuk berkeliling di Danau Sentani. Di danau ini juga diadakan Festival Danau Sentani untuk menarik wisatawan. Festival Danau Sentani biasanya diadakan pada pertengahan bulan Juni tiap tahun, FDS sendiri telah ditetapkan sebagai festival tahunan dan masuk dalam kalender pariwisata utama. Festival ini diisi dengan tarian-tarian adat di atas perahu, tarian perang khas Papua, upacara adat seperti penobatan Ondoafi, dan sajian berbagai kuliner khas Papua.



Gambar 44: Danau Sentani (*Oxyeleotris heterodon*).

Danau Sentani yang memiliki panorama yang sangat indah, keunikan tersendiri dan langka didunia menjadi destinasi wisata unggulan di Indonesia.

Di danau ini terdapat 30 spesies ikan air tawar dan empat di antaranya merupakan endemik Danau Sentani yaitu ikan gabus Danau Sentani (*Oxyeleotris heterodon*), ikan pelangi Sentani (*Chilatherina sentaniensis*), ikan pelangi merah (*Glossolepis incisus*) dan hiu gergaji (*Pristis microdon*). Danau Sentani juga kaya akan beragam biota laut dan sudah dimanfaatkan untuk budidaya ikan air tawar. Danau Sentani juga dijadikan lokasi wisata untuk berenang, bersampan, menyelam, memancing, ski air serta wisata kuliner. Di antara ketiga ikan endemik danau sentani yang populasinya semakin menyusut adalah ikan gabus

Danau Sentani, sangat disayangkan hal ini dikarenakan telur ikan ini dimakan oleh ikan gabus dari jenis yang lain.

17). Goa Gong (Pacitan Jatim)

Goa Gong di Pacitan ini diklaim sebagai goa terindah di Asia Tenggara. Di dalam gua ini wisatawan dapat melihat berbagai macam tonjolan batuan (stalaktit / stalakmit) yang sangat menarik dan terjadinya proses alami dengan paduan sinar yang menerangi gelapnya suasana dalam goa menjadi daya tarik tersendiri.

Goa Gong Pacitan memiliki kedalaman goa sepanjang 256 meter dan memiliki stalakmit dan stalaktit berumur ratusan tahun. Goa ini muncul sebagai akibat dari aktivitas vulkanik dan gerakan termik yang diperkirakan berlangsung ratusan hingga ribuan tahun silam. Berdasarkan kisah masyarakat lokal, goa ini dinamai sebagai Goa Gong adalah karena masyarakat kerap mendengar adanya suara gema tabuhan seperti suara gong yang berasal dari dalam goa. Gong adalah salah satu alat tabuh dalam kesenian gamelan Jawa. Suara seperti gong dari dalam goa ini adalah hasil dari pantulan tetesan air alam goa yang menimpa batuan stalaktit atau stalagmit goa tersebut. Bunyi yang dihasilkannya terdengar harmonis dan indah, bahkan jika Anda berada di pintu masuk goa tersebut. Lokasi jalan yang terjal dan licin serta gelap menuntut wisatawan harus berhati-hati dengan menggunakan senter untuk menerangi jalan mengelilingi lokasi gua yang disewakan oleh masyarakat pengelola setempat. Namun demikian sekarang ini selalu dipadati wisatawan dari berbagai daerah di Indonesia juga wisatawan asing. Panataan kawasan destinasi wisata Goa Gong ini semakin indah dan menarik melalui jalan dengan jembatan menuju pintu masuk Goa dan jalan keluar yang terpisah dan melalui pasar tradisional masyarakat setempat sehingga dapat menjual produk-produk makanan dan souvenir hasil kerajinan khas daerah kabupaten Pacitan.



Gambar 45: Goa Gong Pacitan Jawa Timur.

Indahnya Stalaktit dan Stalagmit dengan perpaduan warna sinar lampu untuk menerangi gelapnya lokasi dalam Goa Gong.

18). Taman Nasional Bantimurung Sulsel

Destinasi wisata **Taman Nasional Bantimurung-Bulusaraung** (atau disingkat TN Babul) yang terletak di Sulawesi Selatan, memiliki area seluas ± 43.750 Ha. Namun secara administratif kawasan Taman Nasional ini terletak di wilayah pemerintahan Kabupaten Maros dan Kabupaten Pangkajene Kepulauan (Pangkep). Secara geografis terletak antara $119^{\circ} 34' 17'' - 119^{\circ} 55' 13''$ Bujur Timur dan antara $4^{\circ} 42' 49'' - 5^{\circ} 06' 42''$ Lintang Selatan. Secara kewilayahan, batas-batas TN Babul adalah sebagai berikut: Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Pangkep,

Barro dan Bone, Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Maros dan Kabupaten Bone, Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Maros dan Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Maros dan Kabupaten Pangkep. Taman nasional ini ditunjuk menjadi kawasan konservasi atau taman nasional berdasarkan Keputusan Menteri Kehutanan Nomor: SK.398/Menhut-II/2004 tanggal 18 Oktober 2004.

Destinasi wisata ini dikelola oleh pengelolanya Balai Taman Nasional Bantimurung-Bulusaraung, yang berkedudukan di kecamatan Bantimurung, Maros, Sulawesi Selatan. Taman Nasional Bantimurung memiliki pemandangan alam yang paling indah. Karena di taman ini, terdapat sumber air yang tidak pernah kering. Sehingga berbagai jenis tanaman dapat bertahan di musim kemarau panjang. Taman Nasional Bantimurung-Bulusaraung memiliki berbagai keunikan, yaitu: karst, goa-goa dengan stalaknit dan stalakmit yang indah, dan yang paling dikenal adalah kupu-kupu. Bantimurung ini oleh Alfred Russel Wallace dijuluki sebagai *The Kingdom of Butterfly* (kerajaan kupu-kupu. Taman Nasional ini merupakan salah satu tempat tujuan wisata yang menyuguhkan wisata alam berupa lembah bukit kapur yang curam dengan vegetasi tropis, air terjun, dan gua yang merupakan habitat beragam spesies termasuk kupu-kupu. Kawasan konservasi Taman Nasional Bantimurung salah satunya adalah penangkaran kupu-kupu dari berbagai jenis kupu-kupu local dan endemik, air terjun dan beberapa Goa-goa yang eksotik untuk dikunjungi wisatawan.





Gambar 46: Kars di Taman Nasional Batimurung Bulusaraung Sulsel.

Taman Nasional ini memang menonjolkan kupu-kupu sebagai daya tarik utamanya. Di tempat ini sedikitnya ada 20 jenis kupu-kupu yang dilindungi pemerintah dan ditetapkan melalui Peraturan Pemerintah No. 7/1999. Beberapa spesies unik bahkan hanya terdapat di Sulawesi Selatan, yaitu *Troides Helena Linne*, *Troides Hypolitus Cramer*, *Troides Haliphron Boisduval*, *Papilo Adamantius*, dan *Cethosia Myrana*. Antara tahun 1856-1857, Alfred Russel Wallace menghabiskan sebagian hidupnya di kawasan tersebut untuk meneliti berbagai jenis kupu-kupu. Wallace menyatakan Bantimurung merupakan *The Kingdom of Butterfly* (kerajaan kupu-kupu). Menurutny di lokasi tersebut terdapat sedikitnya 250 spesies kupu-kupu. Lokasi wisata ini juga memiliki dua buah gua yang bisa dimanfaatkan sebagai wisata minat khusus. Kedua gua itu adalah Gua Batu dan Gua Mimpi. Selain di kawasan Bantimurung, Taman Nasional Bantimurung-Bulusaraung memiliki berbagai macam lokasi ekowisata yang menarik. Di sana terdapat lebih dari 80 Gua alam dan Gua prasejarah yang tersebar di kawasan karst Taman Nasional Bantimurung-Bulusaraung

19). Belitung Island, (Bangka Belitung)

Destinasi wisata pulau **Belitung**, atau *Belitong* (bahasa setempat, diambil dari nama sejenis siput laut), dahulu dikenal dengan nama **Billiton** adalah sebuah pulau di lepas pantai timur Sumatra, Indonesia, diapit oleh Selat Gaspar dan Selat Karimata. Pulau ini terkenal dengan lada putih (*Piper sp.*) yang dalam bahasa setempat disebut *sahang*, dan bahan

tambang tipe galian-C seperti timah putih (*Stannuum*), pasir kuarsa, tanah liat putih (kaolin), dan granit. Akhir-akhir ini menjadi tujuan wisata alam alternatif. Pulau ini dahulu dimiliki Britania Raya (1812), sebelum akhirnya ditukar kepada Belanda, bersama-sama Bengkulu, dengan Singapura dan New Amsterdam (sekarang bagian kota New York). Kota utamanya Tanjung Pandan. Keindahan laut yang masih asli belum banyak terkena pencemaran, sangat potential untuk dikembangkan. Obyek destinasi wisata di Bangka Belitung yang punya keunikan alam namun belum terekspos sebagai destinasi pariwisata dunia, pada hal dengan pantai dan keunikan batu-batuan yang langka tersebut seharusnya menjadi daya tarik alam yang luar biasa. Pulau Belitung terbagi menjadi 2 kabupaten yaitu Kabupaten Belitung, beribukota di Tanjung Pandan, dan Belitung Timur, beribukota Manggar. Sebagian besar penduduknya, terutama yang tinggal di kawasan pesisir pantai, sangat akrab dengan kehidupan bahari yang kaya dengan hasil ikan laut.



Gambar 47: Obyek wisata Pulau Belitung

Berbagai produk makanan olahan yang berbahan ikan menjadi makanan sehari-hari penduduknya. Kekayaan laut menjadi salah satu sumber mata pencaharian penduduk Belitung. Sumber daya alam yang tak kalah penting bagi kehidupan masyarakat Belitung adalah timah. Usaha pertambangan timah sudah dimulai sejak zaman Hindia Belanda. Penduduk Pulau Belitung terutama adalah suku Melayu (bertutur dengan dialek Belitung) dan keturunan Tionghoa Hokkien

Pulau indah, di Bangka Belitung memiliki pemandangan unik dan pantai pasir putih yang dihiasi dengan batu-batu granit asli yang artistik dan sejernih kristal air laut, dikelilingi oleh ratusan pulau-pulau kecil. Pemandangan yang paling berbeda di Pantai Belitung adalah formasi batuan granit besar yang menyebar di sepanjang perairan dangkal. Batu granit raksasa tersebut diam membeku di tengah air berdampungan bersama indahnya pemandangan sekitar yang memesona. Beberapa formasi batuan raksasa ini bahkan membentuk terowongan pendek sehingga di bawahnya menjadi Taman bermain menarik di perairan yang tenang. Temukan salah satu pemandangan pantai dengan pemandangan batu granit ini di Pantai Tanjung Tinggi yang sekaligus menjadi latar film: *Laskar Pelangi*

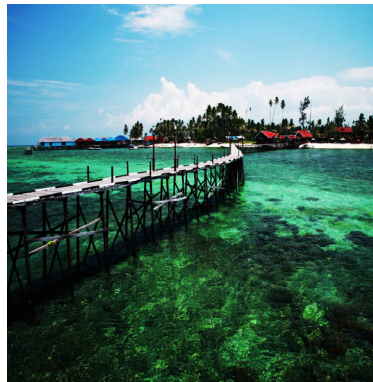
Ada juga pantai lainnya yang menawarkan pemandangan formasi batuan granit yang megah dan suasana damai seperti Pantai Tanjung Kelayang Beach, Pantai Burung Mandi, Pantai Tanjung Binga, Pantai Punai, dan Pantai Membalong.

Belitung juga dikelilingi lebih dari 100 pulau kecil yang hampir semuanya dihiasi pasir putih dan batu granit tetapi hanya beberapa pulau yang berpenghuni. Menurut sejarahnya salah satu pulaunya yaitu Pulau Lengkuas adalah tempat dimana bisa menemukan rumah kuno antik dan mercusuar abad ke-19 dan yang dibangun oleh pemerintah Hindia Belanda. Pulau Burung, Pulau Babai, Pulau Pengadaran, Pulau Lutung, Pulau Kera, dan Pulau Jenang adalah di antara beberapa pulau-pulau kecil yang menawarkan pemandangan sangat indah. Selain pantai yang menakjubkan, Belitung juga membanggakan warisan masa lalunya. Di Tanjung Pandan, Museum Belitung memiliki koleksi besar mengenai sejarah lengkap pulau tersebut. Di bangun tahun 1963, museum ini

diprakarsai seorang ahli geologi Belgia, Dr. Oesberger, yang saat itu bekerja di industri pertambangan Belitung.

20). Derawan Island, East Kalimantan

Kepulauan Derawan adalah sebuah kepulauan yang berada di Kabupaten Berau, Kalimantan Timur yang saat ini masuk ke wilayah Kalimantan Utara. Di kepulauan ini terdapat sejumlah objek wisata bahari menawan, salah satunya Taman Bawah Laut yang diminati wisatawan mancanegara terutama para penyelam kelas dunia. Kepulauan Derawan memiliki tiga kecamatan yaitu, Pulau Derawan, Maratua, dan Biduk Biduk, Berau. Sedikitnya ada empat pulau yang terkenal di kepulauan tersebut, yakni Pulau Maratua, Derawan, Sangalaki, dan Kakaban yang ditinggali satwa langka penyu hijau dan penyu sisik. Secara geografis, terletak di semenanjung utara perairan laut Kabupaten Berau yang terdiri dari beberapa pulau yaitu Pulau Panjang, Pulau Raburabu, Pulau Samama, Pulau Sangalaki, Pulau Kakaban, Pulau Nabuko, Pulau Maratua dan Pulau Derawan serta beberapa gosong karang seperti gosong Muaras, gosong Pinaka, gosong Buliulin, gosong Masimbung, dan gosong Tababinga.





Gambar 48: Pulau Derawan Kalimantan Timur

Di Kepulauan Derawan terdapat beberapa ekosistem pesisir dan pulau kecil yang sangat penting yaitu terumbu karang, padang lamun dan hutan bakau (hutan mangrove). Selain itu banyak spesies yang dilindungi berada di Kepulauan Derawan seperti penyu hijau, penyu sisik, paus, lumba-lumba, kima, ketam kelapa, duyung, ikan barakuda dan beberapa spesies lainnya. Di perairan sekitarnya memiliki taman laut dan terkenal sebagai wisata bawah laut (*diving*) dengan kedalaman sekitar lima meter. Di atas batu pada kedalaman sepuluh meter, ada yang sekarang dikenal sebagai “*Pemicu Biru Wall*”.

Tujuan destinasi pariwisata tersebut diatas akan menawarkan banyak tantangan dan peluang. Tujuan yang diharapkan untuk menjadi pilihan wisatawan : pariwisata tradisional atau pendekatan aspek wisata yang lebih berkelanjutan. Untuk model pariwisata tradisional, (kearifan lokal) reward jangka pendek sering mengungguli perencanaan jangka panjang. margin rendah. Kuantitas dapat gerhana kualitas tinggi-manfaat; Keberhasilan diukur dalam banyaknya pendatang, tidak menguntungkan para wisatawan. Manajemen harus berhati-hati, yang negatif bisa melebihi positif. Pengaruh isu-isu negatif dari kecerobohan penduduk yang bisa merugikan lingkungan, degradasi pemandangan, merusak budaya lokal, dan saluran pendapatan pariwisata jauh dari harapan masyarakat setempat. Situs bersejarah, arkeologi, dan alam yang harus dijaga dari gangguan fisik air mata. residu minyak dari tangan dan jari yang secara perlahan mengikis penebaran blok batu kapur. Pada terumbu

karang penyelam canggung bertemu polip hidup, menghancurkan mereka dengan sirip, atau mengubur mereka di bawah pasir. Di gua-gua, bahkan karbon dioksida dari terlalu banyaknya hembusan napas manusia yang mengeluarkan unsur kimia yang dapat mengubah formasi batuan dan lukisan prasejarah. (Jonathan Tourtellot, 2007)[29].

Destinasi wisata yang ada di Indonesia yang berupa candi-candi peninggalan sejarah sangat banyak bertebaran dipulau Jawa khususnya terletak di provinsi Jawa tengah dan Jawa Timur merupakan asset pariwisata yang langka dan sangat spesifik untukelihara dikembangkan keberadaannya, karena masih banyak bebatuan candi yang masih terlantar belum di tata kembali sesuai dengan aslinya. Hal ini membutuhkan para ahli purbakala yang professional sehingga mampu berceritera sesuai sejarahnya.

5.10. Pengembangan ekonomi Pariwisata

Geliat kepariwisataan Indonesia dapat dikatakan dimulai sejak dikeluarkannya Instruksi Presiden RI No. 9 Tahun 1969 tentang Pedoman Pembinaan Pengembangan Kepariwisata Nasional. Usaha-usaha yang dilakukan sesuai dengan pasal 4 Inpres No. 9 Tahun 1969 adalah:

Memelihara/membina keindahan dan kekayaan alam serta kebudayaan masyarakat Indonesia sebagai daya tarik kepariwisataan;

- Menyediakan/membina fasilitas-fasilitas transportasi, akomodasi, *entertainment* dan pelayanan pariwisata lainnya yang diperlukan, termasuk pendidikan kader;
- Menyelenggarakan promosi kepariwisataan secara aktif dan efektif di dalam maupun di luar negeri
- Mengusahakan kelancaran formalitas-formalitas perjalanan dan lalu-lintas para wisatawan dan demikian menghilangkan unsur-unsur yang menghambatnya;
- Mengarahkan kebijaksanaan dan kegiatan perhubungan, khususnya perhubungan udara, sebagai sarana utama guna memperbesar jumlah dan melancarkan arus wisatawan.

Aspek Pariwisata dalam memberikan kontribusi dalam lima bidang utama dari perekonomian nasional yakni:

a). Aspek Pendapatan

Gaji, bunga, sewa dan keuntungan semua berkontribusi untuk peningkatan pendapatan. Dalam industri pariwisata, yang padat karya, proporsi terbesar dari pendapatan akan berasal dari gaji yang dibayarkan kepada pekerja baik secara langsung melayani wisatawan atau dari orang-orang mendapatkan manfaat tidak langsung dari belanja turist.

b). Aspek Neraca pembayaran

Pariwisata adalah generator pendapatan utama untuk satu-sepertiga dari negara-negara berkembang tetapi juga merupakan pembangkit utama di dunia Barat. Di Selandia Baru, pariwisata adalah yang terpenting di daerah di mana ada sedikit industri lainnya seperti di Wanaka dan Bay of Islands. Bunga, sewa dan keuntungan dapat menghasilkan pendapatan dari pinjaman kepada perusahaan membangun hotel atau sewa yang dibayarkan kepada pemilik tanah untuk daya tarik wisata. Banyaknya wisatawan manca Negara meningkatkan devisa Negara yang mampu memperkuat neraca pembayaran luar negeri kita. Dengan demikian jumlah kunjungan wisatawan asing targetnya harus ditingkatkan dengan upaya kreatif dari semua stakeholder pariwisatanya. *Length of stay* /lama tinggal wisatawan harus di kelola dengan baik sehingga *spending money* yang mereka keluarkan lebih besar. Setiap destinasi pariwisata yang ada di Indonesia harus di kembangkan aspek daya tarik nya khususnya untuk wisatawan asing, dengan melakukan pengembangan unsur-unsur alam; budaya; aksesibilitas; amenities; souvenir yang mampu menciptakan kenangan bagi wisatawan untuk mau datang kembali.

c). Aspek Pekerjaan

Pariwisata yang berkembang sangat pesat telah mampu mendorong sektor ekonomi di setiap Negara, mampu menciptakan lahan pekerjaan baru sehingga mampu mengurangi pengangguran, bahkan mampu memberikan banyak peluang bisnis yang dapat dipergunakan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga. Lapangan pekerjaan di bidang pariwisata sangat luas Hotel; Restoran; Travel agent; guide / Pramuwisata; usaha kuliner; usaha pelayanan jasa; usaha kerajinan, souvenir dllnya.

d). Aspek Pembangunan ekonomi Regional

Pariwisata daerah dikembangkan sesuai dengan pengembangan

otonomi daerah telah mampu mendorong pengembangan pariwisata daerahnya masing-masing sehingga pembangunan ekonomi regional secara berkelanjutan dapat diberdayakan searah dengan program pembangunan pariwisata berkelanjutan yang telah disepakati di masing-masing daerah di Indonesia.

Pembangunan Pariwisata daerah melalui daya tarik wisata yang biasanya ditampilkan sebagai atraksi wisata:

- Daya tarik wisata alam (*natural tourist attractions*), segala bentuk daya tarik yang dimiliki oleh alam, misalnya: laut, pantai, gunung, danau, lembah, bukit, air terjun, ngarai, sungai, hutan
- Daya tarik wisata buatan manusia (*man-made tourist attractions*), meliputi: Daya tarik wisata budaya (*cultural tourist attractions*), misalnya: tarian, wayang, upacara adat, lagu, upacara ritual dan daya tarik wisata yang merupakan hasil karya cipta, misalnya: bangunan seni, seni pahat, ukir, lukis.

Daya tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen produk pariwisata karena dapat memunculkan motivasi bagi wisatawan dan menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata, hal demikian terlebih terjadi di destinasi pariwisata yang memiliki sangat beragam dan bervariasi daya tarik wisata, seperti yang ditulis oleh Robert Christie Mill dalam buku "*Tourism: The International Business*" (1990)[20]: "*Attractions draw people to a destination*".

Pariwisata budaya merupakan juga sebagai daya tarik wisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Jenis wisata ini memuat informasi atau pesan-pesan yang bersifat budaya. Daya tarik wisata ini dapat berupa barang kerajinan, peninggalan sejarah purbakala, pertunjukan kesenian, ritual keagamaan, dan lain-lain. Ada kalanya daya tersebut dikemas sedemikian rupa sehingga dengan mudah dapat dinikmati oleh wisatawan. Melalui kemasan tersebut diharapkan wisatawan dapat memperoleh pengalaman kebudayaan dengan cara melihat sesuatu yang dirasa unik, berbeda, mengesankan dan berbagai sensasi yang dibutuhkan untuk memperkaya kebutuhan spiritualnya. Sebagai proses, pariwisata budaya dapat dipandang sebagai aktivitas pertukaran informasi dan simbol-simbol budaya antara pengunjung dan yang dikunjungi. Dalam pengertian inilah pariwisata memberikan sumbangan bagi dialog antar

budaya dan sekaligus sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan saling pengertian dan perdamaian antar bangsa atau antar manusia.



Gambar 49: Ritual upacara Melasti di Obyek wisata Tanah Lot Bali

Melasti adalah upacara pensucian diri untuk menyambut hari raya Nyepi oleh seluruh umat Hindu di Bali. Upacara Melasti digelar untuk menghanyutkan kotoran alam menggunakan air kehidupan. Upacara Melasti dilaksanakan di pinggir pantai dengan tujuan mensucikan diri dari segala perbuatan buruk pada masa lalu dan membuangnya ke laut. Dalam kepercayaan Hindu, sumber air seperti danau, dan laut dianggap sebagai air kehidupan (*tirta amerta*). Selain melakukan persembahyangan, upacara Melasti juga adalah pembersihan dan penyucian benda sakral milik pura (pralingga atau pratima Ida Bhatara dan segala perlengkapannya). Benda-benda tersebut diarak dan diusung mengelilingi desa. Hal ini dimaksudkan untuk menyucikan desa. Dalam upacara ini, masyarakat dibentuk berkelompok ke sumber-sumber air seperti danau dan laut. Satu kelompok berasal dari wilayah atau desa yang sama. Seluruh peserta mengenakan baju putih. Para *pemangku* berkeliling dan memercikan air suci kepada seluruh warga yang datang serta perangkat-perangkat peribadatan dan menebarkan asap dupa sebagai wujud mensucian. Pelaksanaan upacara Melasti dilengkapi dengan berbagai sesajian sebagai simbol Trimurti, 3 dewa dalam Agama Hindu, yaitu Wisnu, Siwa, dan Brahma, serta Jumpana, singgasana Dewa Brahma. Untuk menyambut Hari Raya Nyepi, pelaksanaan upacara Melasti ini di bagi berdasarkan wilayah, di Ibukota provinsi dilakukan

Upacara Tawur. Di tingkat kabupaten dilakukan upacara Panca Kelud. Di tingkat kecamatan dilakukan upacara Panca Sanak. Di tingkat desa dilakukan upacara Panca Sata. Dan di tingkat banjar dilakukan upacara Ekasata. Sedangkan di masing-masing rumah tangga, upacara dilakukan di natar merajan (sanggah). Upacara ini dilaksanakan agar umat Hindu diberi kekuatan dalam melaksanakan Hari Raya Nyepi.

e). Pengembangan Pariwisata Budaya

Garebeg adalah salah satu upacara kerajaan yang sampai sekarang masih dilestarikan oleh Kraton Kesultanan Yogyakarta. Di dalam upacara garebeg banyak terangkum unsur-unsur kebudayaan lama Nusantara, seperti religi, bahasa, dan adat istiadat. Dalam upacara Garebeg ini pula dapat disaksikan wujud dari gagasan-gagasan dan alam pikiran religius leluhur. Berbagai ungkapan simbolis dalam Garebeg sesungguhnya banyak mengandung nilai-nilai sosial budaya yang sudah terbukti sangat bermanfaat untuk menjaga keseimbangan, keselarasan kehidupan masyarakat dari masa ke masa. Upacara garebeg ini erat sekali kaitannya dengan sejarah perkembangan dan kehidupan beragama di tanah air serta sejarah kerajaan-kerajaan Jawa Islam.



Gambar 50 : Gunungan Sekaten di Yogyakarta

Upacara labuhan merupakan salah satu upacara adat yang sejak jaman kerajaan Mataram Islam pada abad ke XIII hingga sekarang masih diselenggarakan secara teratur dan masih berpengaruh dalam kehidupan sosial penduduk di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Masyarakat meyakini bahwa dengan upacara labuhan secara tradisional akan terbina keselamatan, ketentraman dan kesejahteraan masyarakat dan negara. Meskipun yang menyelenggarakan upacara labuhan adalah keraton, namun dalam pelaksanaannya di lapangan, rakyat juga turut serta. Masyarakat merasa ikut memiliki upacara adat itu dan menganggap upacara labuhan adalah suatu kebutuhan tradisional yang perlu dilestarikan. Salah satu upacara kraton yang dilaksanakan oleh para Sultan sejak Sultan Hamengkubuwono I adalah upacara adat yang dalam istilah Jawa disebut labuhan. Upacara ini biasanya dilaksanakan di empat tempat yang letaknya berjauhan. Masing-masing tempat itu mempunyai latar belakang sejarah tersendiri sehingga pada masing-masing tempat tersebut perlu dan layak dilakukan upacara labuhan. Upacara ritual Labuhan dilaksanakan setiap tahun dalam memperingati ulang tahun Kasultanan kraton Yogyakarta di beberapa tempat yang selalu dilaksanakan secara khas oleh para pejabat Kraton dengan memberikan sesaji yang berupa Jodang yang terdiri dari berbagai jenis makanan dan sayuran serta peralatan sesasi (uborampe) nya. Dalam pelaksanaan upacara tersebut ternyata selalu mengundang banyak masyarakat yang konon ingin mendapatkan berkahnya. Upacara labuhan tersebut merupakan pemberian atau persembahan (pisungsung-Jawa) yang dilakukan di tempat-tempat tertentu, sesuai dengan kepercayaan bahwa di tempat tersebut pernah terjadi peristiwa penting yang berkenaan dengan para leluhur raja Empat tempat yang dilaksanakan Labuhan yaitu:



Gambar 51: Labuhan di lereng Gunung Merapi dan Pantai Parang kusumo Yogyakarta

- Tempat yang pertama ialah Dlepih, disebut juga Dlepih Kahyangan, terletak di Kecamatan Tirtomoyo, Kabupaten Wonogiri, Propinsi Jawa Tengah.
- Tempat yang kedua adalah Parangtritis, di sebelah selatan kota Yogyakarta, di tepi Lautan Indonesia (Laut Selatan).
- Tempat yang ketiga ialah di Puncak Gunung Lawu, di perbatasan Surakarta dan Madiun, yang membatasi daerah Jawa Tengah dan daerah Jawa Timur.
- Tempat yang keempat adalah di Puncak Gunung Merapi, letaknya termasuk wilayah Sleman, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

BAB VI

PEMBANGUNAN PARIWISATA BERKELANJUTAN (*SUSTAINABLE TOURISM*)

6.1. Program pengembangan pariwisata

Dalam pembangunan kepariwisataan berkelanjutan (*sustainable tourism development*) tersebut ada lima komponen, yang harus diperhatikan dan disikapi yaitu:

- Upaya pelestarian guna melindungi lingkungan yang dibangun untuk kepariwisataan;
- Peran serta masyarakat di sekitarnya;
- Penggunaan budaya lokal untuk pendidikan dan hiburan;
- Bantuan positif kepada pemerintah setempat; dan
- Pengendalian yang ketat untuk menghindarkan dampak negatif akibat pengembangan kepariwisataan daerah itu sendiri.

Kecenderungan yang berkembang dalam sektor kepariwisataan maupun pembangunan telah melahirkan konsep pariwisata yang tepat dan secara aktif membantu menjaga keberlangsungan pemanfaatan budaya dan alam secara berkelanjutan dengan memperhatikan apa yang disebut sebagai pilar dari pariwisata berkelanjutan yaitu ekonomi masyarakat, lingkungan dan sosial budayanya. Pembangunan pariwisata berkelanjutan, dapat dikatakan sebagai pembangunan yang mendukung secara ekologis sekaligus layak secara ekonomi, juga adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat. (Disparpostel, 1997) [30].

Pembangunan Pariwisata berkelanjutan adalah upaya terpadu dan terorganisasi untuk mengembangkan kualitas hidup dengan cara mengatur penyediaan, pengembangan, pemanfaatan dan pemeliharaan sumber daya secara berkelanjutan. Hal tersebut hanya dapat terlaksana dengan sistem penyelenggaraan pemerintahan yang baik dengan melibatkan partisipasi aktif dan seimbang antara pemerintah, swasta, dan masyarakat. Dengan demikian, pembangunan berkelanjutan tidak saja terkait dengan isu-isu lingkungan, tetapi juga isu demokrasi, hak

asasi manusia dan isu lain yang lebih luas. Tak dapat dipungkiri, hingga saat ini konsep pembangunan berkelanjutan tersebut dianggap sebagai ‘resep’ pembangunan terbaik, termasuk pembangunan pariwisata. Kecenderungan yang berkembang dalam sektor kepariwisataan maupun pembangunan melahirkan konsep pariwisata yang tepat dan secara aktif membantu menjaga keberlangsungan pemanfaatan budaya dan alam secara berkelanjutan dengan memperhatikan apa yang disebut sebagai pilar dari pariwisata berkelanjutan yaitu ekonomi masyarakat, lingkungan dan sosial budaya.

Guna tercapainya pembangunan pariwisata berkelanjutan, beberapa hal yang perlu dijalankan:

1. Kesadaran (*awareness*) dari semua *stakeholder* kepariwisataan tentang tanggung jawab terhadap pelestarian lingkungan, karenanya program tindak untuk mengembangkan landasan dan kerangka hukum yang tangguh, penegakan hukum, peningkatan kesadaran masyarakat melalui pendidikan publik, pengembangan dan peningkatan peran lembaga swadaya masyarakat, pengembangan sistem informasi pendukung pariwisata berkelanjutan menjadi program-program yang diprioritaskan.
2. Pergeseran peran pemerintah pusat dalam pembangunan pariwisata yang berisi tentang berbagai tindakan yang perlu dilakukan pemerintah pusat dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan pengendalian pembangunan pariwisata dalam era otonomi daerah.
3. Peningkatan peranan pemerintah daerah dalam pembangunan pariwisata nasional yang berisi tindakan-tindakan yang perlu dilakukan pemerintah daerah dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan penendalian pembangunan pariwisata agar berkelanjutan dalam era otonomi daerah.
4. Kemantapan industri pariwisata yang berisi tindakan-tindakan yang perlu dilakukan usaha pariwisata dalam meningkatkan daya saingnya melalui peningkatan kehandalan dan kredibilitas, pengelolaan usaha secara berkelanjutan, penjalinan kerjasama diagonal, promosi nilai-nilai lokal dalam usaha pariwisata.
5. Kemitraan dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata yang berisi program tindak untuk menumbuhkan kepemimpinan lokal,

pengembangan skema bantuan, pelebagaan partisipasi masyarakat, penciptaan kaitan ke depan dan ke belakang dengan usaha pariwisata, peningkatan kesempatan berwisata dan peningkatan kesadaran terhadap resiko pengembangan pariwisata.

Perkembangan konsep pembangunan berkelanjutan tidak sesederhana dan selinier yang disampaikan di atas. Gagasan pembangunan berkelanjutan secara simultan dan sporadik telah ditanggapi sejak dini oleh berbagai pihak yang terkait dengan pariwisata di berbagai belahan dunia.

Pembangunan pariwisata berkelanjutan, dapat dikatakan sebagai pembangunan yang mendukung secara ekologis sekaligus layak secara ekonomi, juga adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat. Pariwisata yang melibatkan antara lain pelaku, proses penyelenggaraan, kebijakan, supply dan demand, politik, sosial budaya yang saling berinteraksi dengan eratnya, akan lebih realistis bila dilihat sebagai sistem dengan berbagai subsistem yang saling berhubungan dan mempengaruhi. Dalam kerangka kesisteman tersebut, pendekatan terhadap fungsi dan peran pelaku, dampak lingkungan, peningkatan pengetahuan dan kesejahteraan masyarakat, serta kesetaraan dalam proses penyelenggaraan menjadi semakin penting.

Pengembangan pariwisata berkelanjutan memerlukan partisipasi informasi dari semua pihak terkait, serta kepemimpinan politik yang kuat untuk memastikan partisipasi yang luas dan membangun konsensus. Pariwisata berkelanjutan merupakan proses yang berkesinambungan dan membutuhkan pemantauan secara terus menerus dari dampak, untuk langkah-langkah pencegahan dan atau perbaikan yang diperlukan kedepan. Untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan juga harus mempertahankan aspek kepuasan wisatawan dan memastikan dari pengalaman mereka yang baik dan bermanfaat, serta meningkatkan kesadaran mereka terhadap isu-isu permasalahan yang ada bahkan mampu mempromosikan program *sustainable tourism development*.

Kesadaran terhadap persoalan-persoalan lingkungan, sosial, budaya dan ekonomi yang ditimbulkan oleh model pembangunan dan praktek kegiatan wisata yang biasa/massal mendorong beberapa pelaku pariwisata untuk membuat produk-produk yang lebih ramah lingkungan, sosial dan

budaya, sehingga muncullah berbagai produk pariwisata bentuk baru seperti : *ecotourism, alternative tourism, appropriate tourism, culture tourism, adventure tourism, green tourism, soft tourism, wildlife tourism, community-based tourism*, dan lain sebagainya- sebagai jawaban atas praktek pariwisata massal.

6.2. Penilaian dan sertifikasi terhadap komponen produk wisata

Untuk menjamin bahwa produk-produk yang ditawarkan usaha dan destinasi pariwisata betul-betul ramah lingkungan dan berkelanjutan dan mudah dikenali pasar yang menginginkan produk tersebut, beberapa negara telah mengembangkan berbagai skema penilaian dan sertifikasi terhadap komponen produk wisata mulai dari daya tarik nasional: 1. *Blue Flag* untuk pantai, 2. *Green Leaf*, untuk akomodasi, 3. *Green Suitcase* untuk biro perjalanan, 4. *Green Globe* untuk kawasan wisata dan destinasi.

Pariwisata sebagai salah satu sektor pembangunan tidak dapat dilepaskan kaitannya dengan pembangunan berkelanjutan yang telah dicanangkan oleh pemerintah sesuai dengan pembangunan nasional. Kepariwisataan Indonesia adalah pariwisata yang berasal dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Berdasarkan konsep tersebut, maka konsep yang sebaiknya dipakai sebagai landasan adalah:

1. Pengembangan Pariwisata yang berkelanjutan (*sustainable tourism development*),
2. Pariwisata yang berbasis masyarakat (*community based tourism*).

Pembangunan pariwisata berkelanjutan, dapat dikatakan sebagai pembangunan yang mendukung secara ekologis sekaligus layak secara ekonomi, juga adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat (Ardiwijaya,2004)[31].

Prinsip ini menekankan keterlibatan masyarakat secara langsung, terhadap seluruh kegiatan pembangunan pariwisata dari mulai perencanaan, pelaksanaan hingga pengawasan. Masyarakat diletakkan sebagai faktor utama, yang memiliki kepentingan berpartisipasi secara langsung dalam pengambilan keputusan. Cohen dan Uphof (1977) [32], mengemukakan bahwa partisipasi masyarakat dalam suatu proses pembangunan terbagi atas 4 tahap, yaitu;

1. Partisipasi pada tahap perencanaan;
2. Partisipasi pada tahap pelaksanaan;
3. Partisipasi pada tahap pemamfaatan hasil-hasil pembangunan, dan;
4. Partisipasi pada tahap pengawasan dan monitoring.

Strategi pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu, yang bersifat struktural dan non-struktural (Manshur Hidayat & Surochiem.As)[33].

- a). Pendekatan struktural adalah pendekatan makro yang menekankan pada penataan sistem dan struktur sosial politik. Pendekatan ini mengutamakan peran instansi yang berwenang atau organisasi yang dibentuk untuk mengelola potensi masyarakat. Dalam hal ini peran masyarakat sangat penting akan tetapi kurang kuat karena aspek struktural biasanya lebih efektif bila dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai wewenang, paling tidak pada tahap awal.
 - b). Pendekatan non-struktural adalah pendekatan yang subyektif. Pendekatan ini mengutamakan pemberdayaan masyarakat secara mental dalam rangka meningkatkan kemampuan anggota masyarakat untuk ikut serta dalam pengelolaan kepariwisataan. Kedua pendekatan itu harus saling melengkapi dan dilaksanakan secara integratif.
- Discussion are there aspects of tourism planning that you believe should receive more attention? Is there significant public input in the planning process ?(Hidayat, 2004)[34]*

1.3. Pengembangan Motivasi wisatawan

Faktor-faktor fisik lingkungan biasanya mempengaruhi langsung “**sikap**” dari wisatawan dan menumbuhkan motivasi tertentu. Motivasi ini merupakan dasar penyebab dari timbulnya kegiatan wisatawan yang sering disebut dengan dengan “**motif**” yakni motif perjalanan. Motif merupakan perwujudan konkrit dari keinginan-keinginan yang harus dipenuhi. Sebagai contoh : kehidupan santai, yaitu keinginan yang disebabkan oleh akibat kelelahan badan ,keresahan jiwa dan tekanan hidup di kota.

Motivasi dapat dibagi kedalam dua kelompok , yaitu :

- Motivasi yang disebabkan oleh adanya dorongan dari dalam jiwa dan kehidupan alami

- Motivasi yang disebabkan oleh adanya dorongan dari luar , yang disebabkan oleh kondisi lingkungan.

a). Aspek pengembangan Motivasi Perjalanan wisata

Motivasi dan motif dari keinginan wisatawan (*tourist interest*) belum terungkap secara jelas, apakah terdapat hubungan satu sama lainnya atau tidak.

Motivasi yang disebabkan oleh kondisi lingkungan, memperlihatkan perubahan yang lebih jelas terhadap sikap wisatawan dibanding dengan motivasi yang disebabkan oleh dorongan dari dalam jiwa.

Undang-Undang no.10/Th. 2009 didefinisikan sbb:“Daerah Tujuan Pariwisata, yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata, adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan”.

Atas dasar pokok pemikiran tersebut, upaya pengembangan kepariwisataan, mau tidak mau, suka tidak suka, harus dilakukan sejalan dengan pemenuhan motivasi dan kebutuhan sang wisatawan (traveller, pelaku perjalanan) serta kepentingan dan kebutuhan hidup masyarakat yang berada di tempat tujuan perjalanan itu.

Motivasi –motivasi tersebut dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Motivasi yang disebabkan oleh dorongan dari dalam jiwa, yang berupa kebutuhan jiwa dan fisik.

a). Kebutuhan utama (primer) :

- Dorongan hati
- Kebutuhan jasmani
- Kebutuhan akan udara bersih
- Kebutuhan akan sinar matahari
- Kebutuhan akan kebebasan bergerak
- Kebutuhan untuk istirahat

b). Kebutuhan sekunder :

- Kebutuhan untuk kesenangan
- Kebutuhan untuk penguatan pribadi

- Kebutuhan untuk maju
 - Kebutuhan untuk menikmati sesuatu
 - Kebutuhan akan perlindungan
 - Keingin tahuan (*curiosity*)
2. Motivasi yang disebabkan dari luar jiwa
- a). Keadaan lingkungan alam, berupa :
- Iklim dan Lingkungan yang kurang baik
 - Pencemaran dan kerusakan lingkungan
 - Rusaknya keseimbangan alam dan pemandangannya
 - Kondisi negatif dari tempat tinggal
 - Menurunnya kondisi kesehatan
 - Kebisingan dan bau lingkungan
 - Pemandangan kota yang membosankan
 - Kondisi sosial yang membosankan
- b). Kondisi Sosial Budaya
- Langkanya fasilitas / sarana rekreasi
 - Kegiatan masyarakat yang membosankan
 - Tekanan dari kelompok masyarakat yang menuju kepada tata kehidupan yang teratur
 - Kehidupan yang teratur
 - Terlalu banyak atau sedikit kerja fisik atau mental
 - Terlalu banyak atau sedikit kegiatan sosial
 - Sifat bebas dari remaja
 - Perkembangan sosial masyarakat
 - Perbedaan sosial di dalam masyarakat
- c). Kondisi dan Keadaan Ekonomi
- Konsumsi yang tinggi dari masyarakat
 - Biaya hidup yang tinggi di tempat
 - Tingkat daya beli yang tinggi
 - Meningkatnya kehidupan mewah
 - Adanya kemudahan dalam peminjaman uang
 - Meningkatnya waktu luang
 - Penurunan dan rendahnya pajak

- Penurunan dan rendahnya ongkos angkutan
- d). Kegiatan Pariwisata
 - Meningkatkan kegiatan tourist publicity
 - Meningkatkan penyebaran informasi pariwisata
 - Prestise sosial dari pariwisata

Dari uraian-uraian di atas, jelas bahwa motivasi baik yang disebabkan oleh dorongan dari dalam jiwa maupun sebagai pengaruh dari lingkungan, merupakan dasar utama yang menyebabkan seseorang berkeinginan untuk melakukan perjalanan wisata. Pada saat ini, terutama di negara-negara yang telah maju, melakukan perjalanan wisata merupakan kebutuhan hidup yang harus dipenuhi.

Ada beberapa alasan bagi orang - orang tertentu, yang tidak dapat melakukan perjalanan secara intensif, atau sama sekali tidak dapat melakukan perjalanan.

Alasan – alasan yang merupakan faktor tidak atau sama sekali tidak melakukan perjalanan antara lain disebabkan :

- a). Alasan biaya untuk melakukan perjalanan
Setiap manusia selalu dihadapkan kepada masalah keuangan, dan melakukan perjalanan selalu memerlukan tersedianya uang.
- b). Alasan ketiadaan waktu
Halangan ketiadaan waktu, pada umumnya merupakan alasan bagi kebanyakan orang yang tidak dapat meninggalkan pekerjaannya, profesinya atau kegiatan usahanya.
- c). Alasan kondisi kesehatan
Gangguan kesehatan atau kelemahan fisik seseorang , sering merupakan hambatan atau halangan untuk melakukan perjalanan. Sebagai contoh : orang-orang lanjut usia lebih banyak tinggal dirumah daripada melakukan perjalanan dikarenakan kondisi fisik dan kesehatan yang tidak mengizinkan.
- d). Alasan keluarga
Keluarga yang mempunyai anak-anak yang masih kecil dan banyak., sering merupakan hambatan atau halangan bagi seseorang yang melakukan perjalanan, yang disebabkan oleh adanya beban dan kewajiban untuk memelihara anak-anaknya.

e). Alasan tidak ada minat

Yang menimbulkan ketiadaan minat seorang untuk melakukan perjalanan, antara lain karena kurangnya pengetahuan tentang daerah-daerah tujuan wisata yang menarik, yang disebabkan kelangkaan dan kurangnya informasi.

1.4. Pengertian perjalanan wisata

Ada beberapa pengertian mengenai kata perjalanan wisata:

- Kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.
- Perjalanan dan persinggahan yang dilakukan oleh manusia diluar tempat tinggalnya untuk berbagai maksud dan tujuan, tetapi bukan untuk tinggal menetap atau melakukan pekerjaan di tempat tersebut untuk mendapatkan upah.

Secara sederhana perjalanan dapat didefinisikan sebagai kegiatan berpindah dari satu tempat ke tempat lain dengan berbagai tujuan, antara lain:

- Perang; Bencana alam
- Eksplorasi
- Mencari nafkah
- Rasa ingin tahu
- Rekreasi; Berpetualang, dll.

Berdasarkan pengertian – pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa perjalanan wisata (tour) adalah suatu kegiatan mengunjungi suatu tempat untuk sementara dengan tujuan menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Ciri – ciri perjalanan wisata

Perjalanan wisata memiliki ciri tertentu, yaitu:

- Perjalanan keliling yang kembali lagi ke tempat asal.
- Perjalanan tersebut telah direncanakan sebelumnya.
- Terdapat unsur – unsur produk wisata.
- Dilakukan dengan santai.

- Terdapat tujuan – tujuan yang ingin dicapai dari perjalanan tersebut.

Faktor pendorong perjalanan wisata

Pada umumnya seseorang terdorong untuk melakukan perjalanan wisata jika beberapa kondisi berikut terpenuhi:

- Waktu luang tanpa halangan.
- Tersedia biaya
- Keinginan untuk melakukan perjalanan.

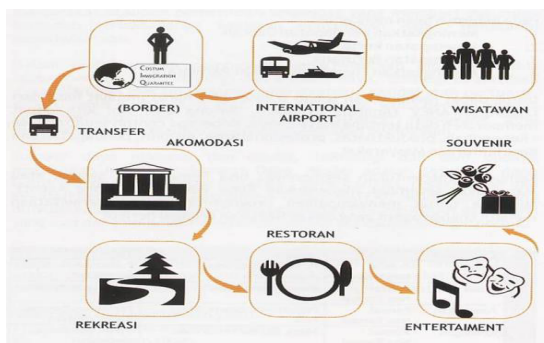
1.5. Faktor terwujudnya perjalanan wisata

Sebuah perjalanan wisata dapat terwujud apabila terdapat beberapa faktor, antara lain :

- Sumber daya Manusia
- Daerah tujuan wisata
- Informasi yang berhubungan dengan perjalanan yang akan dilakukan
- Sarana dan prasarana
- Aksesibilitas

Dalam bagan ini dapat dilihat arus perjalanan wisatawan asing (Wisman) dalam menikmati wisatanya membutuhkan dan akan menggunakan beberapa fasilitas sarana dan prasarana pariwisata daerah yang ada.

Flow Chart proses kegiatan dan aktivitas dalam suatu perjalanan wisata



Gambar 52: Proses Perjalanan wisata

Motivasi dan motif perjalanan pada abad pertengahan , lebih luas dari motivasi dan motif perjalanan pada jaman kuno. Disamping motif perjalanan untuk keperluan perdagangan, keagamaan dan dambaan ingin tahu, pada jaman ini telah berkembang motif untuk tujuan yang berhubungan dengan kepentingan negara (*mission*) dan motif untuk menambah pengetahuan. Traveling keliling kota Singapore untuk menambah pengalaman dan wawasan pengetahuan yang memiliki keasyikan tersendiri



Gambar 53: Bus Pariwisata di Singapore

Para pedagang tidak lagi melakukan pertukaran secara barter. Para pedagang cukup dengan membawa contoh barang yang ditawarkan melalui pekan-pekan raya perdagangan. Seperti di St. Denis, Champagne atau Aix-la-Cappalle.

Untuk menjaga hubungan antar negara, baik negara penjajah maupun yang dijajah atau antar negara merdeka, dilakukan saling kunjungan petugas-petugas negara.

Pada jaman pertengahan telah ada perguruan-perguruan Tinggi seperti Al Azhar di Kairo, di Paris, Roma, Salamanca, dll. Para mahasiswa dari berbagai negara melakukan kunjungan ke universitas-universitas ini untuk menambah memperdalam pengetahuannya, dengan mendengarkan kuliah-kuliah yang diberikan oleh guru-guru besar. Dengan semakin banyaknya yang melakukan perjalanan antar negara, berbagai negara mulai mengeluarkan peraturan-peraturan, guna melindungi kepentingan

negara dan penduduknya serta kepentingan para wisatawan. Akomodasi yang bersifat komersil mulai bermunculan walaupun masih sederhana. Demikian pula restoran-restoran, yang menyediakan makanan untuk keperluan para pelancong. Alat angkut tidak hanya dengan menunggalan kuda, keledai atau onta, tetapi telah meningkat dengan menambah kereta yang ditarik kuda atau keledai. Angkutan laut telah menggunakan kapal-kapal yang lebih besar.

1.6. Pariwisata di jaman modern dan era globalisasi

Perkembangan pariwisata pada jaman modern, ditandai dengan semakin beraneka ragamnya motif dan keinginan wisatawan yang harus dipenuhi, sebagai akibat meningkatnya budaya manusia. Formalitas atau keharusan para pelancong untuk membawa identitas diri bila mengunjungi suatu negara mulai diterapkan. Tempat-tempat penginapan (akomodasi) yang dikelola secara komersil tumbuh dengan subur. Fasilitas yang digunakan semakin lengkap. Timbulnya revolusi industri di negara-negara Barat telah menciptakan alat angkut yang sangat penting dalam perkembangan pariwisata.



Gambar 54: Traveling di sungai ChaoPraya Thailand

Salah satu daya tarik destinasi di Bangkok Thailand adalah keliling kota dengan kapal pada malam hari sambil menikmati keindahan lampu-lampu kota dengan acara dinner party yang diiringi music, tarian yang sangat menyenangkan, merupakan kenangan dan pengalaman yang mengasyikan. Paket wisata ini jarang ditemui di Indonesia.

Hanya ada di kota Palembang dengan paket naik perahu Naga untuk menyeberang sungai Musi pada waktu malam hari menikmati sajian salah satu restoran "LEGENDA" menu khas Palembang yaitu ***Empek empek***. Namun sayangnya tidak dikelola dengan baik, sehingga kurang menarik tidak seperti Chaopraya di Bangkok tersebut.

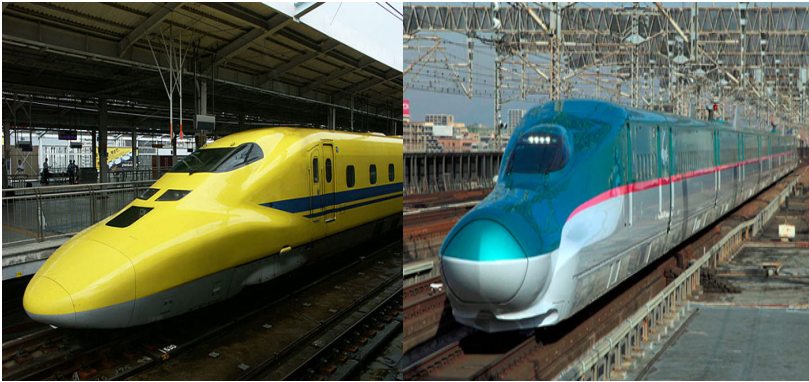
1.6.1. Perkembangan dunia transportasi modern

Perkembangan selanjutnya ditemukan alat angkut yang menggunakan mesin motor, yang jauh lebih cepat dan fleksibel dalam angkutan melalui darat. Teknologi mutakhir yang sangat penting dalam jaman modern adalah dengan digunakannya angkutan udara, yang dapat menempuh jarak jauh dalam waktu yang lebih cepat. Di Era globalisasi ini ditandai adanya badan atau organisasi yang menyusun dan mengatur perjalanan dan wisata lewat online, semua registrasi, booking Hotel, restaurant traveling baik darat; laut; dan udara bisa dilakukan jauh sebelum hari pemberangkatan. Sarana transportasi berkembang sangat pesat Kereta api tercepat di dunia Shinkazen Jepang (340km/jam) di saingi High speed Rail di Taiwan (345 km/jam). Dengan teknologi yang mutakhir serta didukung sarana prasarana yang harus dikemas sangat memadahi dapat dioperasikan dengan baik, dan aman. Jika di dibandingkan dengan Indonesia memang akan sulit dikembangkan, karena lahan yang dipergunakan harus bebas dengan pemukiman penduduk atau bahkan harus di bawah tanah (*subway*) yang lebih aman dan bebas hambatan. Sedangkan membangun kawasan yang seperti tersebut sangat sulit dibangun di Indonesia sekarang ini.



Gambar 55: High Speed Rails di Taiwan 345 Km per Hour

Prasarana Pelabuhan udara yang besar sangat memadahi dengan fasilitas elektronik escalator, lift, air port handling yang memadahi. Jadwal penerbangan yang semakin padat keseluruh penjuru dunia, dengan maskapai penerbangan yang banyak. Stasiun kereta api di Negara maju semakin canggih, Kereta api bawah tanah (*subway*) sampai tiga lantai (*platform*) sehingga memudahkan perjalanan untuk wisatawan. Fasilitas *Locker* untuk penyimpanan *luggage* yang ukuran besar sehingga meringankan beban wisatawan tidak perlu membawa beban saat berwisata.



Gambar 56: Kereta Shinkazen di Jepang

Kereta api cepat Shinkazen di Jepang 245 /Km per hour. Ternyata ada kereta khusus disebut Dr Yellow yang melaju di trek pada kecepatan 245 km/jam yang memeriksa kondisi rel, kabel udara dan sinyal. Dr Yellow sering tidak terlihat sehingga konon jika kita berhasil melihatnya jika berkunjung ke Jepang, maka kita bisa dianggap sebagai orang yang beruntung.



Gambar 57: Airasia

Maskapai penerbangan Airasia yang terbesar di Asia ini menggunakan manajemen yang sangat aplikatif dengan system *low cost carrier* (LCC) sehingga mampu bersaing dengan perusahaan penerbangan yang lebih senior, sehingga saat ini mampu menjadi yang terbesar di Asia. Pengelola manajemen LCC di Airasia ini telah mampu membawa maskapai penerbangan ini terus berkembang pesat di Asia.

Maskapai penerbangan *AirAsia*, melihat peluang bukan sekedar sebuah operator maskapai penerbangan tetapi lebih sebagai perusahaan merakyat yang kebetulan berkecimpung dalam bisnis maskapai penerbangan. Dengan memahami rakyat, *AirAsia* dapat mewujudkan kebutuhan beragam pelancong yang sebenarnya juga menyediakan layanan dan produk terbaik untuk memberikan kepuasan tertinggi kepada masing-masing penumpang dengan berbagai yang keinginan dan harapan. Misi Air Asia adalah mencapai biaya termurah *Low Cost Carrier* (LCC) sehingga semua orang dapat terbang bersama AirAsia, namun juga menjaga kualitas tertinggi, memanfaatkan teknologi untuk mengurangi biaya juga meningkatkan layanan.

PT Lion Mentari Airlines beroperasi sebagai Lion Air adalah maskapai penerbangan bertarif rendah yang berpangkalan pusat di Jakarta, Indonesia. Lion Air sendiri adalah maskapai swasta terbesar di Indonesia. Dengan jaringan rute di Indonesia, Singapura, Malaysia, Vietnam dan Arab Saudi serta rute carter menuju China dan Hongkong, Lion Air menjadikan dirinya sebagai pemain Regional yang akan berkompetisi

dengan AirAsia dari Malaysia. Sepanjang tahun operasionalnya, Lion Air mengalami penambahan armada secara signifikan sejak tahun operasionalnya pada tahun 2000 dengan memegang sejumlah kontrak besar, salah satunya yaitu kontrak pengadaan pesawat dengan Airbus dan Boeing dengan total keseluruhan sebesar US\$ 46.4 Miliar untuk armada 234 unit Airbus A320 dan 203 Pesawat Boeing 737 MAX.



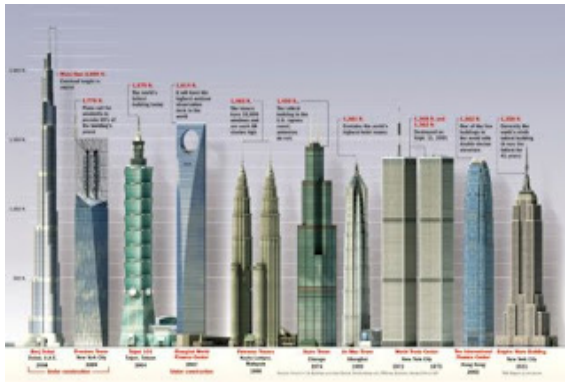
Gambar 58: Prasarana Pelabuhan Udara Cengkareng Soekarno Hatta

Perusahaan sendiri telah memiliki perencanaan jangka panjang pada maskapai untuk memberdayakan armadanya untuk mempercepat ekspansinya di kawasan regional Asia Tenggara dengan membuat anak perusahaannya sendiri, yaitu Wings Air dan Batik Air sebagai pemerkuat operasional maskapai di Indonesia dan untuk di luar negeri, Lion Air memperkuat kehadirannya dengan mendirikan Malindo Air dan Thai Lion Air. Namun dalam manajemen operasionalnya masih banyak kekurangannya dengan seringnya keterlambatan (delay) pelayanan yang tidak professional dan belum dimiliki, tidak seperti perusahaan yang sudah besar sehingga banyak *customer* yang sering kecewa.

1.6.2. Perkembangan Pariwisata dengan Bangunan pencakar langit di dunia.

Perkembangan pariwisata dunia mampu mendorong pembangunan gedung-gedung pencakar langit di beberapa Negara Adikaya Dubai Sky city; Los Angeles Sky Line; dan Taipei Tower 101 di Taiwan. Negara-negara tersebut menciptakan pencakar langit untuk tujuan pencitraan

dan prestige juga asset branding pemasaran pariwisatanya. Sehingga mudah dikenal oleh bangsa lain.



Gambar 59: Perkembangan Gedung Pencakar langit dunia.

Beberapa Gedung pecakar langit yang setiap tahunnya berkembang di Negara-negara maju. Menunjukkan betapa canggihnya arsitektur pariwisata dunia tersebut.



Gambar 60: Los Angeles City Hall; Sky City Dubai



Gambar 61: Taipei 101 Tower Taiwan; Sky & Sun Tower di Abu Dhabi

Demikian juga perkembangan bangunan Hotel yang megah telah menunjukkan perkembangan sarana akomodasi pariwisata yang canggih saat ini



Gambar 62: Hyatt Regency di Paris ; Grand Hyatt Hotel di New York

1.7. Wisata Bahari (Marine Tourism)

Sesuai dengan program pemerintah Jokowi saat ini ingin mengembangkan pariwisata dari aspek Maritimnya, mengingat kepulauan Indonesia memiliki potensi kelautan yang terbesar di dunia. Perkembangan wisata tirta atau wisata bahari semakin signifikan,

destinasi wisata bahari di kawasan Indonesia Timur dengan Raja Ampat, Bunaken, mulai mengikuti kesuksesan wisata bahari yang ada dipulau Bali, bahkan sekarang kawasan destinasi wisata Tanjung Benoa akan di kembangkan menjadi wisata bahari yang terbesar didunia. Wisata Bahari adalah seluruh kegiatan wisata yang berkaitan dengan bahari atau yang aktivitasnya dilakukan di bentang laut dan bentang darat selama melibatkan unsur perjalanan dengan kegiatan yang memanfaatkan potensi alam bahari sebagai Daya Tarik Wisata maupun wadah kegiatannya. Biasanya aktivitas tersebut berkaitan dengan menikmati ekosistem laut yang indah, tetapi sekarang sudah dikemas dengan adanya beberapa event – event yang diselenggarakan di area laut, pantai dan sekitarnya, contoh: a). Olah raga air, acara yang didukung oleh peralatan modern seperti speedboat, Diving, Snorkling, berselancar dll. b). Acara tradisional yang diselenggarakan yang didasarkan pada adat dan budaya masyarakat setempat misalnya pesta nelayan yaitu suatu ritual sebagai bentuk syukur atas berlimpahnya hasil tangkapan ikan. c). Ekonomi Edukatif, bisa berupa kunjungan ke tempat pelelangan ikan, melihat proses penarikan jaring dari laut oleh nelayan. d). Kuliner, sebagai suatu tempat yang khas, laut tentu saja menyajikan makananyang bertemakan olahan hasil laut segar hal ini merupakan salah satu daya tarikwisata bahari. e). Ekowisata Bahari, menyajikan ekosistem alam khas laut berupa hutan mangrove, taman laut serta fauna baik fauna dilaut maupun sekitar pantai.

1.7.1. Sejarah Perkembangan Wisata Maritim (Marine Tourism)

Pada jaman dahulu aktifitas wisata bahari hanya sebatas di bentang darat, dan belum adanya kemajuan teknologi seperti sekarang. Aktivitasnya pun terbatas seperti bermain pasir di pantai, *sight seeing*, berenang, dan aktivitas sosial di pantai. Namun sekarang percepatan perkembangan teknologi (*cyber technology*). Seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi marine sudah lebih canggih. Dahulu kegiatan menyelam (*diving*) hanya terbatas kedalamnya namun sekarang dengan peralatan yang canggih, sudah tidak ada lagi kendala dalam penyelaman. Keterbatasan manusia sebagai makhluk darat, masuk kedalam permukaan laut sangat mudah. Manusia dapat mengeksplorasi “*in and on the water*” dalam kurun waktu, cara, dan aktivitas tertentu. Karena teknologi pun semakin maju aktifitas wisata bahari pun juga

semakin berfareasi dengan berbagai alat yang juga sudah berkembang seperti *diving*, *snorkling*, kapal selam hingga wisata *cruise ship*.

1.7.2. Keterkaitan Motivasi dan Karakteristik Terhadap Perkembangan *Marine Tourism*

Karakteristik dan motivasi wisatawan dapat menentukan jenis aktifitas wisata apa saja yang dapat dilakukan oleh wisatawan tersebut. Tujuan berwisata (motivasi), dan karakteristik wisatawan (umur, jenis kelamin, keadaan ekonomi, dll) menentukan apa saja jenis aktifitas tersebut (aktif ataupun pasif). Contoh, wisatawan dengan umur yang muda lebih memilih aktifitas yang aktif seperti permainan yang menantang dan membutuhkan fisik yang kuat seperti *diving*, *jet sky*, dll. Kebalikannya dengan wisatawan dengan umur yang sudah tua akan lebih memilih aktifitas yang pasif seperti kegiatan yang hanya menikmati keindahan, memancing, kapal pesiar, melihat atraksi lumba-lumba, dll.

Sebagai contoh:

Perkembangan kawasan destinasi wisata Bahari (BUNAKEN):

Destinasi wisata Taman Nasional Laut Bunaken - Manado memiliki potensi yang menjadi daya tarik *marine tourism* (wisata bahari) sebagai unggulan di Indonesia, alasannya sebagai berikut:

a). Lingkungan yang alami (natural)

- Memiliki keindahan alam yang spesifik meliputi: jarak pandang yang luas/variasi pandangan yang indah didalam obyek, pemandangan lepas menuju obyek, keserasian warna dan sentuhan desain bangunan dalam obyek yang serasi, dan memiliki nuansa santai atau suasana yang nyaman dalam obyek pandang.
- Keunikan sumber daya alam yang tampak alami (*natural*) dan asli (*original*)
- Memiliki banyaknya sumber daya alam yang menonjol, berupa: Geologi, Flora dan Fauna, Air, dan Gejala alam lingkungan yang sangat menonjol, tidak ada duanya.
- Keutuhan sumber daya alam yang terpadu harmonis dengan lingkungan.
- Kepekaan sumber daya alam, yakni: dari segi nilai pengetahuan, nilai

kebudayaan, nilai pengobatan, dan nilai kepercayaan.

- Memiliki atmosfer yang memadai dari kebersihan udara dan lokasinya.
- Kesesuaian ruang gerak pengunjung sebanding dengan daya tampung.

b). Daya Tarik Taman Laut

Taman laut Bunaken merupakan wisata laut yang terbaik di Indonesia, terjaganya keselamatan dalam lokasi, yakni: tidak ada gangguan ikan (binatang) buas, tidak ada arus berbahaya, jarang angin besar, jarang lalu lintas laut, dan bebas kepercayaan yang mengganggu.

Berbagai variasi Fauna laut, yang berupa: Jenis fauna besar yang tidak berbahaya, variasi ikan hias (min. 15 jenis), berbagai variasi koral laut yang lunak dan yang keras (min. 40). Keindahan didalam laut, yakni: tumbuh-tumbuhan laut, terdapat gua-gua laut / *crade*, keindahan relief, dan variasi harmoni pandangan.

Paduan dari keutuhan, keunikan dan kepekaan, adanya peninggalan sejarah kapal tenggelam di jaman dahulu, dan ada keganjilan bentuk, yang memiliki nilai-nilai ilmu pengetahuan.

Faktor Kejernihan air yakni: terlihat jernih dan bersih tampak sampai kedalaman min. 15 m, tidak ada plankton yang mengganggu, tidak ada pengaruh pemukiman, tidak ada pengaruh pelabuhan, tidak ada pengaruh pasar / gudang ikan/pabrik, dan tidak ada pencemaran lainnya. Selain dari factor air juga adanya aspek dukungan lokasi lingkungan kawasan, pandangan dan kenyamanan permukaan air, pantai yang rindang, pantai yang berpasir putih, faktor kebersihan pantai, dan dukungan pemandangan pulau-pulau sekitarnya yang sangat menarik.

c). Daya Tarik Pantai Bunaken

Kondisi pantai yang tertata bersih dan menyenangkan,

1. Keindahan, berupa: variasi pandang pulau, keindahan relief, kerindangan tepi pantai, keserasian pandangan pantai dan sekitarnya, dan ada ciri khusus.
2. Keselamatan laut tepi pantai, seperti: tidak ada arus balik berbahaya, tidak ada kecuraman dasar laut, bebas gangguan binatang berbahaya,

dan tidak ada kepercayaan yang mengganggu.

3. Jenis Pasir yang putih bersih nyaman dikaki.
4. Masyarakat memiliki berbagai variasi kegiatan budaya.
5. Memiliki kebersihan Air, karena tidak ada pencemaran dari: tidak ada pengaruh pelabuhan, tidak ada pengaruh pemukiman rakyat, tidak ada pengaruh sungai, tidak ada pengaruh pelelangan ikan/pasar/pabrik, tidak ada sumber pencemaran lain, dan tidak ada pengaruh/akibat musim.
6. Lebar Pantai Bunakan yang luas sangat memadai.
7. Kebersihan/Kenyamanan: bersih tidak ada sampah, tidak ada corat-corek, bebas kebisingan, tidak banyak gangguan binatang, seperti nyamuk, dsb, bebas bau yang mengganggu, dan sedikit kerikil/kerang tajam. (N. Raymond Frans)[2001]

1.8. Pengembangan MICE dalam bisnis Pariwisata

Perkembangan industri pariwisata dalam era globalisasi yang sangat cepat ini telah menuntut semua pemerhati stakeholder pariwisata yang terikat dengan kegiatan pariwisata tidak bisa tinggal diam dan terpacu mampu mengantisipasi semua kebutuhan dan keinginan wisatawan yang beraneka ragam. Hal ini sesuai dengan sifat Pariwisata yang *multi-structural* dengan melibatkan semua struktur organisasi baik dari masyarakat, pengusaha, dan pemerintah harus ikut mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan. Sedangkan sifat pariwisata yang multi-dimensional menuntut peran, pola pikir, pendapat, ide kreatif inovatif dari para pemerhati pariwisata untuk ikut berafiliasi dalam masyarakat luas untuk Pembangunan Pariwisata di setiap daerah tujuan wisata. “*MICE tourism is known for its extensive planning and demanding clientele*” (World Tourism Organization. 2007)[36]

Perkembangan industri MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition) telah memberikan warna yang beragam terhadap jenis kegiatan industri jasa yang identik dengan pemberian pelayan/services. MICE merupakan bisnis yang memberikan kontribusi tinggi secara ekonomi terlebih bagi negara berkembang. Kualitas pelayanan yang diberikan mampu memberikan kepuasan kepada setiap peserta, industri MICE mampu memberikan keuntungan yang besar bagi para pelaku usaha di industri tersebut. Dukungan infrastruktur dengan kualitas yang

bagus menjadi hal yang sangat penting diantaranya akses udara, jalan atau rel kereta api, convention center dengan kualitas bagus, hotel antara bintang tiga hingga bintang lima, destinasi yang atraktif dan memiliki nilai tambah, pemasaran yang baik, dan professional conference organizer (PCO) lokal yang ahli di bidangnya. Disisi lain perlunya agresifitas dari para penyedia jasa

Menurut Pendit (1999:25)[37], MICE diartikan sebagai wisata konvensi, dengan batasan : usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jaspelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendikiawan dsb) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Sedangkan menurut Kesrul (2004:3)[38] MICE sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara leisure dan business, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, melaksanakan rangkaian kegiatan dalam bentuk Meetings, Incentive travels, Conventions, Congresses, Conference and Exhibition.

6.8.1. Jenis kegiatan MICE:

a). Meeting

Menurut Kesrul (2004:8)[38], Meeting Suatu pertemuan atau persidangan yang diselenggarakan oleh kelompok orang yang tergabung dalam asosiasi, perkumpulan atau perserikatan dengan tujuan mengembangkan profesionalisme, peningkatan sumber daya manusia, menggalang kerja sama anggota dan pengurus, menyebarluaskan informasi terbaru, publikasi, hubungan kemasyarakatan.

Menurut Kesrul (2004:3)[38], “Meeting adalah suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara leisure dan business, biasanya melibatkan orang secara bersama-sama”.

b). Incentive

Menurut Undang-undang No.9 tahun 1990 yang dikutip oleh Pendit (1999:27)[37], menjelaskan bahwa perjalanan insentive merupakan suatu kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas

prestasi mereka dalam kaitan penyelenggaraan konvensi yang membahas perkembangan kegiatan perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Kesrul (2004:18)[38], bahwa insentive merupakan hadiah atau penghargaan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada karyawan, klien, atau konsumen bentuknya bisa berupa uang, paket wisata atau barang.

Menurut Any Noor (2007:5)[39] yang dikutip dari SITE 1998 dalam Rogers 2003, juga memberikan definisi mengenai incentive : *“Incentive travel is a global management tool that uses an exceptional travel experience to motivate and/or recognize participants for increased levels of performance in support of the organizational goals”*.

c). Conference

Menurut (Pendit,1999:29)[37] Istilah conference diterjemahkan dengan konferensi dalam bahasa Indonesia yang mengandung pengertian sama. Dalam prakteknya, arti meeting sama saja dengan conference, maka secara teknis akronim MICE sesungguhnya adalah istilah yang memudahkan orang mengingatnya bahwa kegiatan-kegiatan yang dimaksud sebagai perencanaan, pelaksanaan dan penyelenggaraan sebuah Meeting, Incentive, Conference dan Exhibition yang hakekatnya merupakan sarana dan sekaligus adalah produk paket-paket wisata yang siap dipasarkan. Kegiatan-kegiatan ini dalam industri pariwisata dikelompokkan dalam satu kategori, yaitu MICE.

Menurut Kesrul, (2004 :7)[38], Conference atau konferensi adalah suatu pertemuan yang diselenggarakan terutama mengenai bentuk-bentuk tata krama, adat atau kebiasaan yang berdasarkan mufakat umum, juga merupakan dua perjanjian antara negara-negara dari para penguasa pemerintahan atau perjanjian international mengenai topik tawanan perang dan sebagainya.

d). Exhibition

Dalam Surat Keputusan Menparpostel RI Nomor KM. 108 / HM. 703 / MPPT-91, Bab I, Pasal 1c, yang dikutip oleh Pendit (1999:34)[37], yang berbunyi “Pameran merupakan suatu kegiatan untuk menyebar luaskan informasi dan promosi yang ada hubungannya dengan penyelenggaraan

konvensi atau yang ada kaitannya dengan pariwisata. Menurut Kesrul (2004:16)[38], exhibition adalah ajang pertemuan yang dihadiri secara bersama-sama yang diadakan di suatu ruang pertemuan atau ruang pameran hotel, dimana sekelompok produsen atau pembeli lainnya dalam suatu pameran dengan segmentasi pasar yang berbeda.

Dalam pengembangan MICE aspek promosi dan pemasaran yang terpadu dan berkelanjutan dapat menarik para konsumen MICE baik dari dalam maupun luar negeri. Sebagai industri yang memiliki karakter multiplayer effect, MICE tentunya dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat sekitar, karena dalam suatu event, seluruh stakeholder harus ikut terlibat. Selain itu, angka pengangguran juga akan bisa ditekan melalui industri MICE. Persaingan di industri jasa MICE yang sangat ketat terutama dengan Singapura, Thailand, Hongkong, maupun Malaysia. Namun Indonesia tidak perlu takut karena memiliki asset pariwisata yang luar biasa yang tidak dimiliki oleh Negara lain. Penyelenggaraan berbagai kegiatan baik itu mega sport event; meeting, incentive, conference, exhibition (MICE); mega entertainment event (live music event yang menjadi trend di dunia saat ini), festival dan lainnya dapat mampu mendorong tumbuhnya industri ikutan yang merupakan peluang dalam urusan peraihan devisa, peningkatan citra, serta investasi, pengembangan usaha kecil lainnya.

6.8.2. Peran MICE dalam Industri Pariwisata

Akhir-akhir ini telah menjadi suatu kecenderungan pada para pelaku pasar pariwisata untuk mengganti istilah ini menjadi “ *The Meetings Industry*”. Dunia MICE adalah dunia yang belum optimal dikelola dengan baik di Indonesia. Padahal dunia MICE merupakan salah satu andalan pariwisata di beberapa negara maju. Dunia MICE merupakan salah satu dunia bisnis yang sangat menjanjikan. Namun belum banyak pihak pengusaha di Indonesia yang mau bermain di dunia MICE. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya pengetahuan tentang MICE di Indonesia. Pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang mengundang semua pihak – terutama anggota masyarakat – untuk mengelola sumber daya dengan cara yang memenuhi kebutuhan ekonomi, sosial, dan estetika sambil memastikan keberlanjutan budaya lokal, habitat alam, keanekaragaman hayati, dan sistem pendukung penting lainnya.

Namun sekarang sudah mulai ada lembaga pendidikan yang memberikan pendidikan tentang MICE di Indonesia. Sedangkan banyak negara lain yang sudah menjadikan dunia MICE sebagai salah satu potensi wisatanya. Seperti di Jepang dengan “*Tokyo Motor Show*”, dan di Jerman dengan “*Frankfurt Motor Show*”, dan lain sebagainya. Sekarang berbagai biro perjalanan wisata telah membuat paket wisata mengunjungi berbagai event MICE di berbagai belahan dunia, hal ini adalah potensi bisnis yang besar.

Dunia MICE memiliki multiplier effect yang sangat besar. banyak lapangan pekerjaan yang tercipta dari adanya event MICE di berbagai negara. Puluhan roda industri di dunia berputar dengan baik karena adanya event MICE tersebut. Pihak pihak yang mendapat keuntungan dari event MICE antara lain:

- *Professional Exhibition Organizer* (PEO),
- *Professional Conference Organizer* (PCO),
- Stan Kontraktor,
- *Freight Forwarder*,
- *Supplier*,
- *Florist*,
- *Event Organizer*,
- *Hall Owner*,
- Tenaga kerja musiman,
- Percetakan,
- Transportasi,
- Biro Perjalanan Wisata (BPW),
- Agen Perjalanan Wisata (APW),
- Hotel, Restoran, Catering; Perusahaan Souvenir, UKM, dan masih sangat banyak lagi usaha yang terlibat dalam kegiatan MICE (wisata kovens) ini.

Indonesia sebagai negara yang memiliki banyak destinasi wisata dapat menjadi surganya MICE dunia. Banyak kota di Indonesia yang berpotensi kuat jadi lokasi MICE tingkat internasional. Beberapa kota MICE di Indonesia yang melakukan berbagai kegiatan adalah seperti: Jakarta, Bali, Bandung, Yogyakarta, Makassar, Surabaya, Medan,

Manado, Semarang dan Batam. Selain itu, banyak kesempatan kota-kota lain di Indonesia untuk dapat menjadi daerah tujuan wisata MICE. Pemerintah Daerah memiliki peran yang sangat penting dalam upaya untuk mengembangkan wisata MICE di daerah masing-masing.

Faktor penentu dalam memilih destinasi MICE adalah faktor tingkat jaminan keamanan (*assurance*). Konsumen MICE menginginkan adanya jaminan keamanan, baik dari pemerintah maupun oleh penyelenggara. Dalam setiap Event internasional perlu adanya fasilitas pengamanan yang ketat khususnya di tempat penyelenggaraan (*venue*) dan akomodasi. Selain itu tempat yang menjadi bagian pendukung kegiatan juga harus dijaga keamaannya misalnya di bandara dan tempat hiburan malam selama acara berlangsung. Dengan tingkat keamanan yang lemah menjadi hambatan utama terselenggaranya event MICE yang akan dilaksanakan.

Pertimbangan pelaksanaan MICE

Menurut Kesrul (2004:9)[38], dalam penyelenggara kegiatan MICE, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain:

1). Penetapan lokasi dan ruang MICE

- a. Dalam penentuan terdapat 2 kemungkinan sebagai berikut:
 - Pihak klien yang menetapkan dan mengkonfirmasi lokasi tempat penyelenggaraannya. Pihak perencana tidak meneruskan proses lebih lanjut.
 - Perencana mutlak menentukan lokasi dan tempat pertemuan, misalnya menyelenggarakan suatu seminar atau workshop atau konferensi.
- b. Pertimbangan tempat penyelenggara secara geografis dengan *spread of the person attend*: terlalu jauh dari tempat peserta, kecuali khususnya seperti no.1b, peserta yang memerlukan sekali seminar dan konferensi tersebut.
- c. Pertimbangan dalam menentukan kondisi sekitar lokasi dimana pertemuan akan digelar.

2). Perlengkapan fasilitas MICE

Menurut Kesrul (2004:90)[38] Perlengkapan fasilitas dan pelayanan kesekretariatan dari pertemuan atau konferensi amat beragam sehingga

tidak ada standar yang berlaku umum. Dalam menentukan perlengkapan suatu pertemuan perlu memahami dengan seksama beberapa hal berikut:

- Jenis pertemuan dan lamanya
- Jumlah target peserta
- Jumlah ruangan yang dibutuhkan
- Jenis dan jumlah equipment yang diperlukan
- Bentuk pengaturan tempat duduk (*Layout design*)
- Fasilitas Akomodasi peserta MICE

(Persiapan fasilitas membutuhkan perencanaan yang ekstra, kerja keras dan kerjasama dari berbagai pihak pelaku dan pelaksana dengan check list sebelum pelaksanaan)

3). Penanganan transportasi dalam event MICE

Meeting planner atau PCO (*Professional Conference Organizer*) bertanggung jawab dalam pengaturan transportasi bagi keseluruhan peserta MICE. Menurut Kesrul (2004:104)[38], ada enam point kegiatan yang harus diperhatikan dalam pengaturan transportasi peserta yaitu:

- Transportasi udara (booking, check-in, boarding pass) PP/*vice versa*
- Airport shuttle service ke dan dari hotel
- Multiple property shuttle (untuk rombongan)
- VIP transportation yang memadai
- *Local tour arrangement (itinerary)*
- Staff transportation.
- Menyesuaikan dengan kondisi situasional (kepadatan lalu lintas daerah)
- Check list sesuai perencanaan MICE event

4). Meal arrangement (Pelayanan makanan dan minuman)

Menurut Kesrul (2004:113)[38], Mengemukakan bahwa agar acara pertemuan atau konferensi berjalan dengan lancar dan mengurangi complaint makanan dan minuman. Seorang meeting manager perlu memeriksa lokasi dan penempatan reguler *food and beverage, room service and banquet capabilities*. Evaluasi kualitas makanan dan minuman meliputi *appearance and attractiveness, cleanliness*, dan jenis serta variasi makanan dan minuman pada saat ramai (*peak hours*)

untuk mengetahui ketersediaan stock bahan, kecepatan pelayanan dan keterampilan petugas service. Disamping itu termasuk harga yang sesuai dengan penawaran, dan apakah perlu melakukan pemesanan terlebih dahulu. Apakah restaurant tempat yang telah ditentukan juga melayani permintaan khusus atau tambahan menyangkut lay out dan jenis menu makanan dan minuman yang sesuai dengan kualitas standard event.

5). Pengelolaan Akomodasi dalam event MICE

Dalam penyelenggaraan event MICE bidang akomodasi ini sangat menentukan dapat terselenggaranya dengan baik atau tidak.

Fasilitas sarana prasarana yang dipersiapkan dengan baik sangat menentukan kesempurnaan penyelenggaraan event. Berikut ini daftar penanganan akomodasi yang harus diperhatikan dan selalu diadakan check list:

- Akomodasi yang memadai sesuai harapan peserta
- Jumlah kamar, tipe kamar dan jenis tempat tidur (*Twin bed, Double Bed*).
- Kamar gratis untuk panitia atau komite: jumlah, tipe, dan fasilitas yang harus dibayar.
- Kamar khusus untuk organisasi dan tamu resmi: jumlah, tipe, dan harga

Penyelenggaraan event MICE sebenarnya dapat menjadi suatu alternatif profesi yang dapat menampung banyak tenaga kerja. Cara kerjanya mempunyai sistem pokok kerja yang sama dengan sistem kerja pada bidang pekerjaan yang lain.

Pengembangan MICE dimulai dari segmentasi pasar MICE, aspek promosi; design proposal; itinerary; fliers; kemasan produk; dan penyelenggaraan event MICE yang mampu menciptakan manfaat atau nilai guna bagi semua pihak, dan terciptanya citra organisasi (*Brand Image*) dan kerjasama ekonomi antar negara didunia.

Beberapa perusahaan yang menjadi Pasar MICE:

- Perusahaan Otomotif;
- Perusahaan IT/ Computer/ Elektronik
- Perusahaan Manufaktur

- Perusahaan Properti
- Perusahaan Niaga, Medikal, Assuransi
- Perusahaan Corporate
- Asosiasi Conference & Exhibition

Beberapa Kriteria persyaratan PCO/ EO:

- Memiliki ketangguhan (strong)
- Memiliki pengalaman di bidang MICE
- Dapat dipercaya (Trusty)
- Dapat dihargai (Recognition)
- Keuangan yang Stabil (Financial Stable)
- Berkualitas (quality performance)

Beberapa pihak yang terikat dan saling mendukung menentukan terselenggaranya event MICE dengan sempurna. Adapun tahapan atau urutan posisi para pihak yang sesuai dengan lingkup wilayah kerja dan tanggung jawab penyelenggaraan MICE adalah sebagai berikut:

- **Penyandang dana** dapat berupa sponsor atau instansi/perusahaan yang mempunyai ‘hajat’ dalam istilah sederhana adalah pihak yang mengeluarkan dana untuk pelaksanaan suatu program.
- **Pelaksana.** Posisi dan peran penyelenggara MICE seperti PCO (*Professional Conference Organizer*), PMO (*Professional Meeting Organizer*), PITO (*Professional Incentive Travel Organizer*) dan PEO (*Professional Exhibition Organizer*) yang sesungguhnya. Pelaksana bekerja keras untuk mewujudkan impian dan kepuasan semua pihak. Karena menjadi pusat dari seluruh pihak yang ada, maka pelaksana memiliki posisi yang sangat vital dan strategis.
- **Penampilan** Peserta MICE adalah salah satu kunci daya tarik suatu program. Semua jenis program sangat tergantung pada para penampilnya. Contoh: kompetisi sepakbola tingkat regional, bila tidak diikuti oleh kesebelasan top, kurang mempunyai daya tarik. Sehingga apabila MICE dapat diselenggarakan dengan melibatkan potensi peserta internasional akan lebih bernilai dan sukses.
- **Penonton.** Apapun program evennya, faktor kehadiran penonton/tamu menjadi sangat penting. Baik membayar atau gratis, pesta kecil di rumah sampai dengan tingkat lomba formula satu, faktor penonton

adalah salah satu tolak ukur kesuksesan event.

- **Pengamat.** Biasanya dari kalangan pers, atau justru kawan-kawan sendiri, atau siapapun yang memperoleh informasi tentang event yang dilaksanakan. Para pengamat atau orang luar mempunyai pengaruh sebagai Humas atau Public Relations (PR) secara tak langsung.

6.9. Sustainable Tourism

Perkembangan pariwisata di dunia saat ini harus selalu berusaha mampu menciptakan kelangsungan program wisatanya (*sustainable*) selama-lamanya. Pariwisata berkelanjutan secara sederhana dapat didefinisikan sebagai pariwisata yang memperhitungkan penuh dampak ekonomi, sosial dan lingkungan saat ini dan masa depan, memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat setempat. Program Pariwisata Berkelanjutan bertujuan untuk merangsang pembangunan ekowisata dengan meningkatkan kapasitas masyarakat untuk mengelola usaha pariwisata dan meningkatkan pendapatan melalui pengenalan kegiatan kreatif dan produktif di sektor pariwisata. Kegiatan kepariwisataan juga merupakan kegiatan yang bersifat system, memiliki ruang lingkup, komponen, dan proses tersendiri. System pariwisata yang dimaksud adalah merupakan system perdagangan yang bersifat khusus, berobyek jasa, dan mendapat dukungan dari sistem lainnya, seperti system social, budaya, lingkungan hidup, system religi, dan system-sistem lainnya. Sedangkan bisnis pariwisata adalah aspek kegiatan kepariwisataan yang berorientasi pada penyediaan jasa pariwisata yang berorientasi kepada pendekatan dari kebutuhan, keinginan dan harapan wisatawan sehingga tercipta kepuasan, sebagai modal pemasaran berkelanjutan (*sustainable*). Sedangkan dalam pariwisata berkelanjutan peran ecosystem sangat signifikan memberikan dukungan dalam kelangsungan industri pariwisatanya yaitu: peran akademisi (*Lack of research and education on sustainability*), bisnis (*sustainable costs are still excluded*), pemerintah (*insuficien regulation related to sustainable tourism*), komunitas (*low awareness toward sustainable tourism*), dan media (*less concern on sustaionabiulity issues*).

Pembangunan kepariwisataan di suatu negara, pada umumnya bertumpu pada kekayaan, keanekaragaman, kekhasan lingkungan alam maupun budayanya, yang pada hakekatnya

dinilai sebagai modal dasar pengembangan kepariwisataan. Oleh karena itu, pengembangan kepariwisataan yang tidak terkendali mengakibatkan “tercemar”-nya lingkungan tersebut baik alam maupun budayanya. Sekali alam dan budaya itu sudah tercemar, kepariwisataan pun mulai terancam keberadaannya. Ini suatu hal yang logis, bahwa “pariwisata alam dan budaya” lama kelamaan akan memudar. Disinilah letaknya ironi yang dimaksud. Sangat ironis apabila kita sebagai insan pariwisata tidak memahami, menyadari dan tidak mampu mengelola asset wisata yang kita punyai tersebut. Untuk itu generasi penerus bangsa harus sudah dipersiapkan untuk menjaga kelangsungan hidup asset wisata secara serius dan berkesinambungan. Negara Indonesia yang memiliki destinasi pariwisata yang sangat besar, namun kenyataannya belum mampu mengembangkannya secara optimal, hal ini dikarenakan keberadaan beberapa penentu kebijakan pariwisata yang belum focus mengarahkan industry pariwisata lebih optimal dengan penyediaan dana pengembangan pariwisata yang mencukupi kebutuhan. Pada beberapa obyek wisata yang ada di seluruh Indonesia yang jumlahnya ribuan namun pengelolaannya belum memadai. Dari beberapa aspek: Disinilah peran serta akademisi khususnya pendidikan pariwisata menjadi sangat penting dalam mempersiapkan SDM pariwisata yang memiliki kehandalan, kompetensi dan professional. Sehingga kedepan siap menghadapi tantangan yang cukup besar dalam perkembangan pariwisata yang berkompetisi sangat cepat (*cyber competitive industry*). Dengan demikian perlu disikapi dengan memberikan pembekalan dalam pengetahuan pariwisata dan pengelolaan manajemen yang benar, pelayanan yang prima, pengetahuan teknologi informasi yang relevan sangat dibutuhkan. Kebutuhan pemberdayaan SDM pariwisata yang memiliki *POWER: (Positif attitude, Other people, Words, Expanding Realize your goals)*, yaitu sikap perilaku yang menjadi karakteristik SDM pariwisata; memiliki jaringan yang luas (*link*) dengan orang lain; me miliki citra positif di masyarakat,

atau menjadi buah bibir positif dari masyarakat luas, dan mampu merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan serta memiliki 5 C (*Concept, Competence, Connection, Credibility, Care*).

Memiliki integritas yang tinggi dengan etos dan epos kerja yang dibekali dengan aspek conceptual, komitmen yang tinggi; hubungan relationship dengan berbagai komunitas global; memiliki kehandalan dalam merealisasikan tugas dan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap aspek lingkungan, alam, kemanusiaan (*humanity*), masyarakat.

Pariwisata yang berkelanjutan (*sustainable tourism*) menggunakan konsep pengembangan pariwisata:

- Pariwisata harus dijadikan sebagai sarana untuk menciptakan sikap saling menghormati dan memahamai antar manusia,
- Pariwisata harus menjadi wahana belajar, baik mengenai kebudayaan maupun lingkungan alam
- Kegiatan pariwisata harus memperhatikan kesetaraan jender, kelompok usia maupun kelompok komunitas minoritas,
- Pengembangan pariwisata harus menjadi salah satu faktor dilaksanakannya pembangunan berkelanjutan
- Pengembangan pariwisata harus memberikan kontribusi pemahaman yang saling menguntungkan serta respek yang tinggi terhadap masyarakat lokal
- Pengembangan pariwisata merupakan aktifitas yang memberikan nilai manfaat/keuntungan bagi masyarakat setempat,
- Pengembangan pariwisata harus mewujudkan hak-hak berrekreasi wisatawan secara optimal.

Dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan juga harus melakukan beberapa pendekatan yaitu:

- Persepsi wisatawan terhadap dan kepuasan dengan kualitas pelayanan dalam pertemuan lintas budaya
- Mengembangkan konstruksi budaya yang komprehensif untuk menjelaskan dan meramalkan perilaku wisatawan dan penilaian kualitas.
- Citra pariwisata berpengaruh terhadap kualitas yang dirasakan oleh wisatawan dan pada kepuasan yang didapat dari pengalaman liburan

- Fokus pada hubungan antara citra tujuan seperti yang dirasakan oleh wisatawan dan niat perilaku mereka

Hubungan antara kualitas dan kepuasan dan antara variabel-variabel ini dan variabel perilaku wisatawan.

VII. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan yang dijabarkan di Bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi (*leisure*) untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam dengan tidak menetap atau akhirnya kembali ke tempat asal mereka masing-masing. Secara teknis pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau berkelompok dalam wilayah negara sendiri maupun negara lain dengan menggunakan kemudahan jasa atau pelayanan dan faktor-faktor penunjang serta kemudahan-kemudahan lainnya yang diadakan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat agar dapat mewujudkan keinginan demi kepuasan wisatawan yang akhirnya mau kembali melakukan kunjungan ulang (*repeat patronage*) .

Industri (pabrik) dengan industri pariwisata sangat berbeda sekali, industri merupakan pengolahan barang yang belum jadi menjadi barang yang sudah jadi dan siap untuk digunakan. Sedangkan, industri pariwisata merupakan industri yang tidak berasap, sangat berbeda sekali pengertiannya dengan industri pabrik. Industri Pariwisata merupakan suatu industri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang diperuntukkan pada para wisatawan agar terpenuhi kesenangan dan terciptanya kepuasan dalam berwisata.

Produk wisata “adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan sampai kembali kerumah dimana ia berangkat semula” Industri pariwisata dalam pengembangan pariwisata agar mampu mempertahankan dan

meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang nantinya bermuara pada pemberian manfaat ekonomi bagi industri pariwisata dan kesejahteraan masyarakat lokal yang harus menjalankan peran nya untuk mengembangkan pariwisata dengan didukung oleh industri-industri pariwisata lainnya.

Pengembangan industri pariwisata membutuhkan peran aktif para stakeholder pariwisata (masyarakat, Pemerintah dan peran swasta) untuk dapat bekerjasama, saling berkomunikasi dalam forum grup diskusi (FGD) dalam membangun pariwisata melalui program pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*). Pemasaran pariwisata melalui multimedia menjadi salah satu strategi unggul untuk dapat menciptakan peluang kompetitif. Dunia pariwisata modern di tandai dengan pertumbuhan berbagai sarana prasarana dan asset pariwisata serta perkembangan bisnis MICE yang mampu meraih peluang di pasar global. *Last but not least* diharapkan buku ajar ini mampu memberikan manfaat dan pencerahan bagi pembaca, penulis yakin dalam karya buku ajar dengan judul: “*Dasar - dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Wisata*” ini masih banyak kekurangannya, kami harapkan kritik dan saran yang membangun dapat disampaikan kepada penulis.

Yogyakarta, 10 Nopember 2017

PENULIS

Daftar pustaka

- [1]. Chang, Kang–Tsung, 2002, *Introdcution to Geographic Information Systems*. New York: McGraw-Hill.
- [2]. Wickramansinghe, 2005 Aksu, A. Aktas. 2005 “*Job Satisfaction of Managers in Tourism*”
etd.repository.ugm.ac.id/downloadfile/80538/.../S2-2015-325657-bibliography.pdf
- [3]. Bogdanowicz & Bailey, Kenneth D. acara acara *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [4]. Hunziger, (2008) Hornby, *Pengertian Wisata.Layout, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia.
- [5]..Mariyani,(2015) *Ekonomi Pariwisata*, hal 21,wordpress.com
- [6]. Soebagio, (2012. *Model- Model Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- [7] Yoeti, (2005), *Yoeti, Oka. 2005. Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- [8], Maurice, (1972) Duverger, “*Factors in a Two-Party and Multiparty System*,”. Jakarta, Gramedia Pustaka.
- [10].Menurut,WTO (1999:5) Holil Soelaiman. *International Tourism A Global. Perspective* World Tourism Organization (WTO), 1999. Madrid
- [11], *Yoeti, Oka A. 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa. Offset.
- [12]. Riza Amelia.(2014) *blogspot.com/.../makalah-industri-dan-produk-pariwisata*. 3.html
- [13].Kusudianto,(1996). *Perencanaan Pengembangan Destinasi. Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- [14], *Damarji & Yoeti, 1996 Pariwisata adalah sejumlah kegiatan Industri* 20 Des 2013 - Menurut Mr. Herman V. Schulard (dalam *Yoeti, 1996:114*)
- [15]. *Yoeti, Oka. 1997. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. PT Pradnya. Paramita. Jakarta.
- [16]. Djoko Soedibyo, (2005) Bentuk partisipasi masyarakat pada pembangunan daerah wisata. majalah pariwisata Trisakti No 03 Vol 10 tahun 2005 hal.265.

- [17]. Tourism: The International Business” (1990) Boo, E. 1990.: *Ethics and Stakeholder Management. ... Tourism, Environment and Education - A global View*. In. *Business and Society*
- [18]. Robert Christie Mill, 1990 *Tourism: The International Bussines*. New Jersey: Prentice Hall. Departemen Pendidikan Nasional. (2008): Kamus Besar Bahasa.
- [19]. Burkart dan Medlik (1974) *looked at the tourism product under two different* International Journal of Economic Development, 3(3), 1-18.
- [20]. *Tourism: The International Bussines*. New Jersey: Prentice Hall. Departemen Pendidikan Nasional. (2008).
- [21]. Steven 1992, Igbaria, M. ... 2003. *Research Method for Bussiness* 4th Edition. Information Hal 21-44 New York: John. Wiley
- [22]. Prof. Hunziker dan Kraft (1942) defined tourism as “the sum of the phenomena and relationships arising from the travel and stay of non-residents, 9 Des 2008 -
- [23]. Rochajat, (2008) Posisi Transportasi dalam Kepariwisata Med. | 30-Nov-2008, 09:24:22 WIB Media Pariwisata
- [24].Tarmoezi,2000:3)[24],Thompson,Ismayanti.(2010). *Professional Hotel Front Linear*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. .
- [25]. Dedy Wijayanto (2012),Dian Peter,J. Paul.*Consumer Behavior: PengantarManajemen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [26]. Pendit, (1994) Abdillah, Fitri dkk. 2001, *Ilmu Pariwisata*.Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [27]. Koesoemadinata Adiwidjaja (1976) P. dan De Coster, ... 2379–2411. , *Tertiary Coal Basins of Indonesia*, Prepare for 10 th. Annual.
- [28]. Jonathan Tourtellot (2003) *Geo Tourism Tourism* <https://www.scribd.com/document/362245269/Full-docx>
- [29]. Dr John Veron (2002) GR Allen, and S. Suryadi (eds.). *A Marine Rapid Assessment of the Raja Ampat. Islands,Papua* .(Reef Corals).
- [30]. Disparpostel, Hani Handoko,1997 Engel et at, 1994; *Perilaku Konsumen*, Jakarta. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- [31]. Ardiwijaya, Umar, Husen (2004) Roby. (2003) *Manajemen Konsep, Prinsip dan Aplikasi*. Agnini Bandung. Bandung.
- [32]. Cohen dan Uphof 1977, *Rural Development Participation, Concept and Measure for. Project Design, Implementation and Evaluation*.

New York: Cornell

- [33]. Mansyur Hidayat Surochmen Assauri, Sofjan ... (2010). *Metode Penelitian dan Teknik. Penulisan Laporan Karya Ilmiah*. Bandung.
- [34]. Hidayat, dan A.Aziz Alimul. (2004) Ambarwati, Eny Ratna. (2009). *Pengantar Konsep Dasar Keperawatan.*: Salemba Medika.
- [35]. Raymond Frans (2001). Tjiptono, Fandy; Anastasia Diana. Suyitno. *Pemasaran Wisata-Tour Planning*, Kanisius. Yogyakarta.
- [36]. *World Tourism Organization*. (2007) Anko, B. *Trade Law, Culture; Heritage and Towards a. Economic and Social Commision for Asia and the Pasific* (Sixty-third Session) for Economic Cooperation and Development
- [37]. Pendit Nyoman S. (1999:25) *Pariwisata dan Pembangunan Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar*. Perdana. Jakarta
- [38]. Kesrul (2004:3) *Meeting Incentive Trip Conference Exhibition*.PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. Kartajaya
- [39]. Any Noor., (2009), *Management Event*. Bandung: Alfabeta. Bennett, G. Anthony., (2010), *Big Book of Marketing*, New York: The McGraw.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1: Obyek wisata Goa Pindul
Gambar 2: Malioboro sebagai ikon pariwisata Yogya
Gambar 3: Daya tarik Obyek wisata Air Terjun Kedung Pedut
Gambar 4: Daya tarik wisata Sky Bridge Langkawi Malaysia
Gambar 5: Cable Car di Pulau Langkawi Malaysia
Gambar 6: Cadangan Devisa Negara
Gambar 7: Akomodasi Hotel yang berkualitas
Gambar 8: Caravan
Gambar 9: Boatel
Gambar 10: Hotel Restaurant (Main Dinning room)
Gambar 11: Pantai Baron Gunung Kidul
Gambar 12: Gunung Api Purba dan Embung Nglanggeran
Gambar 13: Air Terjun Sri Getuk Gunung Kidul.
Gambar 14: Gumuk Pasir Parangtritis.
Gambar 15: Candi Plaosan Klaten Yogyakarta
Gambar 16: Candi Prambanan Yogyakarta
Gambar 17: Candi Borobudur Magelang
Gambar 18: Upacara Gunungan Sekaten di Kraton Palace Yogyakarta.
Gambar 19: Upacara Labuhan di Pantai Parang Kusumo Yogyakarta
Gambar 20: Tari bedoyo Kraton Yogyakarta
Gambar 21: Tari Pendet Bali.
Gambar 22: Obyek wisata Kalibiru Kulon Progo Yogyakarta
Gambar 23: GeoPark Gua Pindul Gunung Kidul Yogyakarta
Gambar 24: Eko wisata Laut Marine Tourism
Gambar 25: Pantai Maluk dan Pantai Yoyo (Nusa tenggara barat)
Gambar 26: Gunung Rinjani di Lombok
Gambar 27: Gunung Barujari
Gambar 28: Pendaki Gunung dan Pemandangan alam Gunung Barujari.
Gambar 29: Biawak Komodo (*Varanus komodoensis*)
Gambar 30: Kepulauan Raja Ampat
Gambar 31: Biota Laut Pulau Raja Ampat
Gambar 32: Gunung Ijen Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur.
Gambar 33: Puncak gunung Jayawijaya di Papua Irian Jaya
Gambar 34: Letusan Gunung Krakatau Pulau Jawa 1883

- Gambar 35: Destinasi Gunung Bromo Malang Jawa Timur
- Gambar 36: Puncak Gunung Kelimutu Flores NTT
- Gambar 37: Keindahan biota Taman Laut Pulau Bunaken
- Gambar 38: Danau Toba (provinsi Sumatra Utara)
- Gambar 39: Destinasi wisata Taman Nasional Baluran (Jawa Timur)
- Gambar 40: Pemandangan Alam di Taman Nasional Baluran
- Gambar 41: The Dream Land of Bali – Indonesia
- Gambar 42: Danau Gunung Tujuh di Kabupaten Kerinci Jambi
- Gambar 43: Green Canyon Jawa barat
- Gambar 44: Danau Sentani (*Oxyleotris heterodon*).
- Gambar 45: Indahnya Stalagmit Goa Gong Pacitan Jawa Timur
- Gambar 46: Kars di Taman Nasional Batimurung Bulusaraung Sulsel.
- Gambar 47: Obyek wisata Pulau Belitung
- Gambar 48: Pulau Derawan Kalimantan Timur
- Gambar 49: Ritual upacara Melasti di Obyek wisata Tanah Lot Bali
- Gambar 50: Gunungan Sekaten di Yogyakarta
- Gambar 51: Labuhan di lereng Gunung Merapi dan Pantai Parang
Kusumo Yogyakarta
- Gambar 52: Proses perjalanan wisata
- Gambar 53: Bus Pariwisata di Singapore
- Gambar 54: Traveling di sungai ChaoPraya Thailand
- Gambar 55: High Speed Rails di Taiwan 345 Km per Hour
- Gambar 56: Kereta Shinkazen di Jepang
- Gambar 57: Airasia
- Gambar 58: Prasarana Pelabuhan Udara Cengkareng Soekarno Hatta
- Gambar 59: Perkembangan Gedung Pencakar langit dunia
- Gambar 60: Los Angeles City Hall; & Sky City Dubai
- Gambar 61: Taipei 101 Tower Taiwan & Sky & Sun Tower di Abu Dhabi
- Gambar 62: Hyatt Regency di Paris & Grand Hyatt Hotel di New York

GLOSARIUM

Adat	Aturan yang lazim diturut dan dilakukan sejak dulu kala
Adat Istiadat	Aneka kelaziman dalam suatu negeri yang mengikuti pasang naik dan pasang surut situasi masyarakat.
Air terjun	Aliran air melewati jeram hingga air jatuh bebas ke dasar sungai (lereng, lembah)
Akomodasi	Sesuatu yg disediakan untuk memenuhi kebutuhan, msl tempat menginap atau tempat tinggal sementara bagi orang yg bepergian.
Aksesibilitas	Kemudahan untuk mencapai tempat yang dituju
Amenitas	Berkaitan dengan kesediaan sarana akomodasi
Angkutan Jalan	Kendaraan yang diperbolehkan untuk menggunakan jalan.
Aplikasi	Sebuah bentuk penerapan dari kegiatan
Atraksi	Pertunjukan berupa hiburan untuk menarik pengunjung
Atraksi wisata	Daya tarik suatu obyek wisata
Backpacker	Istilah yang secara historis telah digunakan untuk menunjukkan suatu bentuk murah, perjalanan nasional/internasional independen.
Batik	Kain bergambar yg pembuatannya secara khusus dng menuliskan atau menerakan malam pd kain itu, kemudian pengolahannya diproses dng cara tertentu; kain batik
Berlibur	Pergi (bersenang-senang, bersantai-santai, dsb) menghabiskan waktu libur.

Biro Perjalanan Wisata	Perusahaan atau pun badan usaha yang memberikan pelayanan lengkap terhadap seseorang atau pun kelompok orang yang ingin melakukan perjalanan baik di dalam negeri maupun ke luar negeri.
Budaya	Hal-hal yang berkaitan dengan budi atau akal manusia.
Candi	Bangunan kuno yg dibuat dari batu (dsb tempat pemujaan, penyimpanan abu jenazah raja-raja, pendeta-pendeta Hindu atau Budha pd zaman dulu).
Cinderamata	Oleh-oleh atau kenang-kenangan yang dapat dibawa oleh wisatawan pada saat kembali ke tempat asalnya.
Daya Tarik Wisata	Segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai berupa keanekaragaman, kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sarana atau tujuan kunjungan wisatawan
Destinasi	Daerah yang menjadi tujuan dalam perjalanan wisata.
Dharma Wisata	Bepergian bersama, piknik.
Dinamis	Sesuatu yang selalu bergerak dan berubah
Embung	Telaga atau tempat menampung air
Fasilitas	Sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi; kemudahan
Gamelan	Bunyi-bunyian Jawa dan Sunda, terdiri dari beberapa macam seperti gambang, gendang, sarun, bonan, dsb.
Gondola	Kereta kabel atau alat transport yang berupa kereta gantung

Hotel	Bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dlm perjalanan; bentuk akomodasi yg dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum.
Hospitalitas	Keramah tamahan atau sikap santun yang dapat dilihat secara langsung
Hubungan Kerja Industri pariwisata	Hubungan antara pekerja dan pemilik/majikan Industri yang memberikan pelayanan jasa, produk dan sarana wisata atau kumpulan usaha wisata yang saling terkait
Industri (pabrikasi) Intelektual	Industri yang memproduksi barang jadi Yang berkaitan dengan IQ seseorang
Jender	Golongan wanita
Karyawan	Semua orang yang melakukan pekerjaan (karya) baik buruh, swa-pekerja, pekerja
Karakteristik Kawasan Pariwisata	Sesuatu yang memiliki ciri khas tersendiri Area atau daerah yang dikembangkan untuk kepariwisataan.
Kepariwisataaan	Segala hal yang berkaitan dengan Pariwisata, termasuk pelaku dan dunia usahanya.
Keunikan	Sesuatu yang berujud dan bersifat beda dari yang biasa ada.
Komponen	Susunan dari kumpulan suatu tugas
Kompleksitas	Luasnya bidang tugas yang terkait
Konvensi	Perjanjian
Maskapai penerbangan	Perusahaan penerbangan
Motif	Perwujudan konkrit dari keinginan

Pekerja	Semua orang yang melakukan pekerjaan
Pembangunan Nasional	rangkaian upaya pembangunan secara berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara
Pemandu wisata	Orang yang memandu perjalanan wisata
Pengusaha	Orang yang mempunyai usaha; entrepreneur; dipakai juga untuk majikan
Persinggahan	Lokasi tempat untuk singgah atau berhenti sementara
Phenomena	Suatu peristiwa yang sedang bergolak atau terjadi
Prasarana	Alat yang dipergunakan untuk melakukan aktivitas
Produktif	Mampu menghasilkan (dalam jumlah besar)
Profesi	Jenis pekerjaan yang ditekuni
Sarana	Fasilitas pendukung pelaksanaan kegiatan
Selebritis	Seseorang yang terkenal sebagai artis yang terkenal
Situs	Suatu tataran peristiwa masa lalu
Statis	Sesuatu yang tidak bergerak atau berubah
Seni kriya	Produk hasil kerajinan tangan yang bernilai dan layak dijual
Tenaga Kerja	Semua orang yang menurut hukum (yuridis) mampu melakukan pekerjaan
Transportasi laut	Sarana yang menghubungkan antar pulau
Trend	Sedang naik daun atau populer dan digemari
Usaha pariwisata	Penyelenggara wisata, atau penyedia barang dan jasa wisata
Wisata bahari	Kegiatan pariwisata yang berhubungan dengan wahana air atau perairan sungai maupun laut

BIODATA PENULIS

Daftar Riwayat Hidup

Nama : H. Isdarmanto, SE, MM, M.Par, Dipl.Hot



Lahir di Yogyakarta, 10 Januari 1951, sejak tahun 2001 bekerja sebagai Pembantu Ketua (Puket III) Bidang Kemahasiswaan dan Dosen di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STiPrAm) Yogyakarta, Dosen Fak. Sastra Inggris UII; Dosen Pariwisata Vokasi UGM, sebagai General Manager Restoran Boyong Kalegan, Pakem Turi Sleman Yogyakarta.

Kepala bidang studi D3 Perhotelan STIPRAM, Dosen UPY Fak Sejarah Dosen Fak Ekonomi UPY Yogyakarta, Dosen STIPRAM

Pendidikan yang pernah ditempuh:

- | | |
|-------------|---|
| 1969 – 1971 | SMA ST. Maria Bandung |
| 1972 – 1974 | Akademi Perhotelan Nasional Bandung |
| 1975 – 1977 | Fakultas Sospol BPA – UGM Yogyakarta |
| 1976 – 1978 | Akademi Akuntansi YKPN Yogyakarta |
| 1977 – 2000 | Sekolah Tinggi Ekonomi Pariwisata (STIEPARI) Semarang |
| 2006 – 2008 | Pasca Sarjana S2 STIE Mitra Indonesia Yogyakarta |
| 2009 | Pasca Sarjana S2 Pariwisata STIEPARI Semarang |
| 2014 | Doktoral UKSW Salatiga |

Pengalaman kerja:

- | | |
|-------------|--|
| 1973 – 1997 | PT.HOTEL INDONESIA INTERNATIONAL unit Ambarrukmo Palace Hotel Yogyakarta sebagai Restaurant Supervisor dan Chief Bartender (FB Dept) |
| 1997 – 1998 | GUEST RELATIONS OFFICER Ambarrukmo Palace Hotel Yogyakarta |

1998 – 2000	CHIEF CONCIERGE Ambarrukmo Palace Hotel Yogyakarta.
2000 – 2001	Training Manager / Human Resource Development Ambarrukmo Palace Hotel Yogyakarta
2001 – 2003	Personnel Manager Ambarrukmo Palace Hotel Yogyakarta.
2009 – 2012	Dosen: Universitas Islam Indonesia bhs Inggris; Program Vokasi Pariwisata UGM; Bhs Inggris UGM
2001 – 2014	Pembantu Ketua (Puket III) Bidang Kemahasiswaan, STiPrAm Yogyakarta
2014 – 2017	Ketua program studi D3 perhotelan, Dosen: Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STiPrAm) Yogyakarta;

Seminar & Conference,

1. Supervision Seminar PT.HII Samudra Beach Hotel. Jabar, 1989
2. Standard Training Procedure Seminar PT.HII. Jakarta,1990
3. PMT/GKM Depnaker Yogyakarta.1994
4. Beverage Standard Receipt. Seminar Bali.PT.HII. Bali,1994
5. Wine Seminar Seagram Hotel Radisson Yogyakarta .1995
6. National Bartending Competition & Seminar.Bali Beach Hotel., 1996
7. Active Motivation Training Course Depnaker Yogyakarta, 1997
8. Born to Win Seminar LMPI Semarang, 1997
9. Successful Motivation & Philosophy Seminar Univ Borobudur Jakarta,1998
10. National Education Seminar Politeknik API Yogyakarta 1999
11. Seminar tenaga Dosen Professional.Poltek API YK. 1999
12. Pelatihan Pelatih Pembimbing Penalaran Ilmiah Mhs. Kopertis V. Yk 1999
13. The 6th Asia-Pasific Ecotourism seminar. Kuala Lumpur. Malaysia, 2009
14. Seminar Pendidikan Pengembangan Soft skill Mahasiswa, Kopertis Yk, 2012
15. Seminar Pendidikan Penalaran BEM. Univ Sanata Dharma Yk, 2012

16. Seminar Nasional Pengembangan Ecowisata, STIEPARI Smg, 2012
17. Asian AITTEI Seminar Bangkok Thailand, 2012
18. Workshop Tourism Art at Tainan Taiwan 2014
19. International Seminar Tourism at Phuket Thailand 2016
20. International Seminar Hildiktipari at Wuxi China 2017
21. International Seminar on Sustainable Tourism Development 2017

