

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab II ini dijelaskan mengenai teori dan tinjauan pustaka yang menjadi dasar dari pokok permasalahan yang diamati. Teori yang dibahas dalam bab ini terdiri dari pengertian tentang pariwisata khususnya tujuan, maksud, sasaran, ruang lingkup, dan kriteria Desa Wisata.

2.1. Pengertian Pariwisata

Sektor pariwisata yang menjadi salah satu andalan perekonomian DIY, yang sedang menghadapi cobaan baik adanya bencana gempa, isu terorisme maupun *travel warning*, namun sedikit demi sedikit mulai menunjukkan iklim mengembirakan. Salah satu indikator tersebut adalah meningkatnya kontribusi sektor perdagangan, hotel dan restoran terhadap laju pertumbuhan ekonomi sebesar 1,07%.

Kunjungan wisatawan mancanegara maupun nusantara yang diindikasikan oleh banyaknya tamu hotel, terus meningkat dari tahun ke tahun sebelumnya yakni wisatawan mancanegara meningkat sebesar 8,12%, demikian pula arus kunjungan wisatawan nusantara meningkat 48,24%. Dari kunjungan wisatawan memberikan pendapatan kepada masyarakat sebesar Rp. 33, 48 Milyar., yang berarti memberi kontribusi untuk kesejahteraan masyarakat. Hal yang perlu dipikirkan adalah upaya untuk membenahan obyek wisata dan daya tarik wisata, demikian pula pengenalan paket wisata, pelestarian kawasan budaya. (Hernowo,2000)

Dalam beberapa tahun terakhir ini telah berkembang dengan pesat desa wisata. Perkembangan desa wisata di DIY dipicu oleh keberhasilan Desa Wisata Kasongan dengan ciri khas sebagai penghasil gerabah. Hampir setiap hari cukup banyak produksi gerabah Kasongan dikirim ke luar negeri. Wisatawan Nusantara juga banyak berkunjung dan berbelanja hasil seni dari Kasongan. Keberhasilan tersebut dikarenakan pembuatan gerabah karena telah sangat membudaya bagi masyarakat Kasongan, sehingga secara sosial perekonomian dan sosial budaya, Kasongan dapat menjadi desa wisata.

Ciri atau karakter desa wisata minat khusus terletak pada motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke obyek-obyek yang spesifik serta terlibat, berinteraksi secara aktif dan mendalam dalam berbagai aktifitas di lokasi yang mereka kunjungi itu.

Motivasi tersebut biasanya dikaitkan dengan keinginan wisatawan untuk menambah atau memperkaya wawasan (*enriching*), mengembangkan kapasitas diri dan petualangan (*adventure*), serta belajar kebudayaan lokal (*learning*). Kegiatan tersebut dapat berkenaan dengan kegiatan perjalanan petualangan alam, hobi khusus, maupun bentuk-bentuk interaksi yang mendalam terhadap masyarakat lokal untuk mempelajari budaya serta berbagai keunikan dan kearifan lokal.

Perkembangan trend kepariwisataan saat ini, mulai bergeser pada pilihan kunjungan ke wilayah-wilayah pedesaan yang menyimpan lingkungan kehidupan tradisional serta keunikan aktifitas kehidupan

masyarakat lokal. Perkembangan desa wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta masih perlu dikaji, apakah memang didukung oleh kondisi lingkungan sosial yang baik, karena tidak semua desa wisata dapat berkembang dengan baik. Pengembangan dan pembinaan desa wisata akan berhasil, selain harus memiliki kekhasan tersendiri (sulit dicari bandingannya di tempat lain), sangat tergantung dari kondisi sosial budaya dan sosial ekonomi masyarakat setempat. Masyarakat harus betul-betul siap secara menyeluruh, kompak, ketersediaan dan kesiapan SDM, ketersediaan air bersih, tidak ada kecemburuan sosial budaya dan ekonomi masyarakat setempat, kebersihan serta sanitasi lingkungan terjamin dan lain sebagainya.

2.2. Maksud, Tujuan dan Sasaran Pariwisata

Menurut Yoeti (2007), tujuan dari perencanaan dan pengembangan pariwisata antara lain: (1) Menarik investor asing agar mau menanamkan modalnya pada obyek yang dibutuhkan. (2) Mencari atau mendapatkan tenaga ahli untuk menjalankan aktivitas industri pariwisata. (3) Memelihara *ecology-system* dan mengawasi terjadinya polusi. (4) Memutuskan lokasi untuk industri tertentu. (5) Membenahi prasarana seperti pelabuhan udara dan laut, jalan-jalan dan jembatan serta terminal. (6) Membangun pusat-pusat tenaga listrik, proyek air bersih dan sistem irigasi yang baik. (7) Memelihara kesenian tradisional dan benda kebudayaan lainnya untuk dijadikan daya tarik bagi wisatawan. (8)

Meningkatkan penghasilan devisa negara dan penghasilan daerah. (9) Mengurangi pengangguran. (10) Adanya pengaruh pelipatgandaan (*multiplier-effect*) dalam kegiatan perekonomian. (11) Membatasi jumlah kedatangan wisatawan sampai presentasi tertentu untuk mencegah terjadinya pengaruh-pengaruh negatif bagi penduduk lokal atau kebudayaan pada umumnya. (12) Untuk mengawasi pembangunan-pembangunan yang dilakukan dalam perhotelan tanpa memperhatikan keindahan yang berkepribadian bangsa atau penduduk setempat.

Sasaran kegiatan ini adalah beberapa wilayah pedesaan di Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki potensi-potensi untuk dikembangkan menjadi suatu obyek wisata pedesaan yang handal yang dikenal dengan istilah Desa Wisata.

2.3. Definisi Desa Wisata

Menurut Nuryanti (1993), Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku.

Desa wisata dapat didefinisikan sebagai suatu wilayah pedesaan:

- (1) Yang memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas, baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan.
- (2) Yang dikelola dan dikemas secara menarik dan alami dengan pengembangan fasilitas pendukung wisatanya.

dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana sehingga siap untuk menerima kunjungan wisata.

2.4. Kriteria Desa Wisata

Suatu desa dapat dikembangkan sebagai Desa Wisata apabila memiliki kriteria-kriteria dan faktor-faktor pendukung sebagai berikut:

1.) Memiliki potensi produk atau daya tarik

Memiliki potensi produk atau daya tarik yang unik dan khas yang mampu dikembangkan sebagai daya tarik kunjungan wisatawan (sumber daya wisata alam dan budaya). Potensi obyek dan daya tarik wisata merupakan modal dasar bagi pengembangan suatu kawasan pedesaan menjadi Desa Wisata. Potensi-potensi tersebut dapat berupa:

- Potensi fisik lingkungan alam (persawahan, perbukitan, bentang alam, tata lingkungan perkampungan yang unik dan khas, arsitektur bangunan yang unik dan khas, dan sebagainya).
- Potensi kehidupan sosial budaya masyarakat (pola kehidupan keseharian masyarakat yang unik dan khas, adat istiadat dan tradisi budaya, seni kerajinan dan kesenian tradisional, dan sebagainya).

2.) Memiliki dukungan sumber daya manusia

Memiliki dukungan sumber daya manusia (SDM) lokal yang cukup memadai. Hal tersebut sangat penting dan mendasar karena pengembangan desa wisata dimaksudkan untuk memberdayakan potensi SDM yang ada sehingga mampu meningkatkan kapasitas dan produktifitasnya secara ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan melalui bidang-bidang yang dimilikinya. Dengan demikian dampak positif pengembangan pariwisata di desa akan dapat dirasakan langsung masyarakat setempat, dan bukannya pihak lain.

3.) Motivasi kuat dari masyarakat

Adanya semangat dan motivasi yang kuat dari masyarakat dalam menjaga karakter yang khas dari lingkungan fisik alam pedesaan dan kehidupan budaya yang hidup dan tumbuh dalam masyarakat setempat.

4.) Mempunyai dukungan sarana dan prasarana.

Beberapa sarana dan prasarana pendukung yang diperlukan untuk menunjang kegiatan yang ada di desa wisata diantaranya adalah jalan, air bersih, telepon, listrik, pembuangan limbah, terminal pembantu, dan lain-lain, disesuaikan dengan kebutuhan dan pola pengembangan desa wisata. (Kartika,2005).

2.5. Definisi *Travel Cost Method*

Travel cost adalah metode yang menjelaskan tentang banyaknya permintaan terhadap suatu perjalanan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu (Kooten dan Bulte, 2000: 113). *Travel cost* sering digunakan untuk menentukan nilai dari taman-taman danau dan daerah umum sejenisnya yang memegang aktivitas rekreasi dimana terdapat kebutuhan masyarakat terhadap transportasi baik darat maupun udara.

Semakin besar *travel cost* yang dikeluarkan maka ada kecenderungan untuk memperkecil peluang pembayaran *willingness to pay* (Karasin, 1998).

2.6. Kegunaan *Travel Cost Method*

Adapun kegunaan dari *Travel Cost Method* adalah sebagai berikut

- 1.) Untuk mengetahui seberapa besar orang akan membayar untuk menciptakan suatu asset non market.
- 2.) Untuk dapat mengetahui permintaan konsumen dalam melakukan perjalanan dalam waktu tertentu ke tempat rekreasi atau tempat berlibur.
- 3.) Untuk dapat mengetahui maksud dan tujuan konsumen dalam melakukan perjalanan.
- 4.) Memperhitungkan secara hati-hati adanya *opportunity costs* dari pengunjung.

2.7. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Travel Cost Method*

Faktor-faktor yang mempengaruhi *travel cost method* adalah sebagai berikut:

- 1.) Biaya perjalanan, semakin besar biaya perjalanan kecenderungan untuk memperkecil peluang membayar *willingness to pay*.
- 2.) Karakter sosio ekonomi didapatkan melalui survei terhadap individu melalui kuesioner. Hal ini tidak hanya pendapatan saja tetapi tingkat pendidikan dan upah. Zona model juga termasuk didalam karakteristik ini tetapi hanya berdasarkan rata-rata untuk setiap daerah yang disurvei.
- 3.) Kualitas lingkungan ini juga mempengaruhi *Travel cost Method*.
- 4.) *Time cost*, ini juga mempengaruhi *Travel cost Method*.

2.8. Studi Terkait

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, lokasi penelitian yang berbeda, obyek penelitian yang berbeda dimana pada penelitian terdahulu pada obyek wisata bahari dan pada penelitian ini pada desa wisata dan karakter pengunjung yang berbeda dari penelitian terdahulu. Peneliti memperoleh gambaran tentang penilaian obyek wisata yang mencerminkan nilai ekonomi dari sumber daya alam tersebut.

Penelitian yang di lakukan oleh Zul Hakim (2007 :53-59) yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Pada Area Wisata Gili Trawangan “ penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

seberapa besar nilai sumber daya alam dan lingkungan di area wisata Gili Trawangan dengan menghitung faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan individu di area wisata tersebut. Variabel-variabel yang diteliti biaya perjalanan, biaya waktu persepsi pengunjung (responden), karakteristik substitusi, pendapatan individu, dan tingkat keamanan mempengaruhi jumlah kunjungan individu ke kawasan area wisata Gili Trawangan. Pengukuran nilai sumber daya alam dan lingkungan dilakukan dengan metode *Travel Cost Analysis* di peroleh hasil penelitian dalam persamaan regresi Linier Berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,531 - 0,393X_1 - 0,185X_2 + 0,176X_3 - 0,140X_4 + 0,123X_5 + 0,728X_6$$

$$(0,661) \quad (0,079) \quad (0,470) \quad (0,164) \quad (0,257) \quad (0,328) \quad (0,00)$$

Dari persamaan di atas menunjukkan bahwa dari 7 variabel yang digunakan terdapat dua variabel bebas yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (jumlah kunjungan individu) yaitu, variabel pendapatan individu dan biaya perjalanan. Sedangkan dari pengujian secara simultan diperoleh hasil bahwa semua variabel bebas (biaya perjalanan, biaya waktu, persepsi responden, karakteristik substitusi, tingkat keamanan dan pendapatan individu) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya (jumlah kunjungan individu).

Penelitian yang dilakukan oleh Dixon (1980 : 159-168) tentang "Penilaian Taman Publik Lumpinee di Bangkok, Thailand". Penelitian ini menggunakan pendekatan biaya perjalanan (*Travel Cost*) dengan teknik sederhana yaitu dengan pendekatan zonasi dan menggunakan alat analisis regresi. Responden dibagi kedalam 17 kelompok berdasarkan distrik

administratif, dimana diambil 187 responden pengambilan data dengan teknik survei, dari hasil pengambilan sampel dapat disimpulkan 37 persen pengunjung tiap hari kerja dan 67 persen pengunjung akhir minggu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemakaian taman Lumpinee pada akhir minggu lebih banyak jika dibandingkan dengan pemakaian pada hari kerja. Pendekatan yang kedua di gunakan untuk menghitung kesediaan orang untuk membayar digunakan pendekatan penilaian hipotesis.

Dari hasil survei himpunan pertama mencerminkan nilai pemakai karena wawancara di lakukan di taman tersebut, himpunan kedua datang dari para responden termasuk termasuk baik pemakai atau bukan pemakai taman yang di wawancarai di pemukiman mereka. Dari sampel yang di ambil di 17 distrik dalam lingkaran konsentrik sekitar taman. Kesedian membayar rata-rata mereka yang di wawancarai di kelompokkan dalam sembilan jangkauan moneter. Jumlah uang bervariasi dari B 0 sampai B 500 tiap tahun. Sedangkan nilai sosial taman yang lebih luas baik bagi pemakai atau bukan pemakai.

Djijono (2002), melakukan penelitian tentang “Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode *Travel Cost* Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman, Propinsi Lampung” penelitian ini menggunakan biaya perjalanan dengan teknik pendekatan zonasi dengan alat analisis regresi, zona dibagi menjadi 13 zona berdasarkan daerah kecamatan tempat tinggal pengunjung. Penentuan nilai ekonomi wisata didasarkan pada pendekatan biaya perjalanan wisata dengan variabel-variabel yang diteliti sebagai

berikut, jumlah kunjungan, biaya perjalanan (transportasi, konsumsi, karcis, dll), biaya transportasi, pendapatan atau uang saku per bulan, jumlah penduduk dari asal pengunjung, pendidikan, waktu kerja per minggu, waktu luang per minggu. Dari hasil regresi antara jumlah kunjungan per seribu penduduk (Y) dengan variabel-variabel bebas (X1X7) tersebut menghasilkan model permintaan sebagai berikut :

$$Y = 13,1 - 0,000240X1 - 0,000036 X4 - 0,926 X5 + 0,124 X6$$

Dari persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa dari keseluruhan variabel, empat variabel bebas yang signifikan mempengaruhi yaitu biaya perjalanan jumlah penduduk, pendidikan dan waktu kerja.