



STUDY PROGRAM
ENTREPRENEURSHIP
fe.widyamataaram.ac.id

Pengantar Ilmu Pariwisata

Cahaya Purnama Asri, S.E., M.M.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunianNYA penyusunan modul pada mata kuliah Pengantar Ilmu Pariwisata Program Studi Kewirausahaan Universitas Widya Mataram ini dapat dilaksanakan dan diselesaikan tepat pada waktunya. Penyusunan modul ini memuat materi kuliah Ilmu Pariwisata baik di masa yang lalu dan mengembangkan di masa milenial saat ini. Penyusunan modul ini terlaksanan berkat bantuan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Semoga kerjasama yang baik ini dapat dipelihara dan ditingkatkan pada masa-masa mendatang dan semoga modul ini dapat membantu mahasiswa dalam mengikuti proses pembelajaran khususnya pada mata kuliah Pengantar Ilmu Pariwisata.

Penulis



UNIVERSITAS WIDYA MATARAM YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

KAMPUS DALEM MANGKUBUMEN KT III/237 YOGYAKARTA 55132 TELP. (0274) 419653

SURAT TUGAS MODUL AJAR
No. 103/DK/FE-UWM/VIII/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Drs. Supriyanta, M.M.
NPP : 510810125
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi
Unit Kerja : Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mataram

Dengan ini memeberikan tugas kepada:

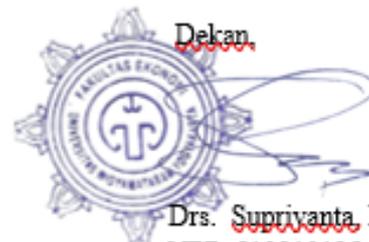
Nama : Cahya Purnama Asri, S.E., M.M.
NPP : 510810303
Jabatan : Dosen
Unit Kerja : Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mataram

Dalam mendukung dan mempermudah kegiatan dalam proses pembelajaran, maka dengan ini menugaskan untuk menyusun **Modul Ajar Pengantar Ilmu Pariwisata**.

Demikian surat tugas ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 5 Agustus 2020

Dekan,



Drs. Supriyanta, M.M.
NPP. 510810125

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
SURAT TUGAS	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENGANTAR PARIWISATA.....	1
A. Pengertian Pariwisata	1
B. Pariwisata Menurut Para Ahli.....	1
C. Sejarah Kepariwisata	3
D. Perjalanan Terkait Upaya Peningkatan Kesehatan	4
E. Perkembangan Pariwisata di Indonesia.....	4
F. Pariwisata Pada Era Modern	6
G. Pariwisata Pada Era Milenium	6
BAB II PARIWISATA SEBAGAI ILMU	7
A. Pengakuan Pariwisata sebagai ilmu.....	7
B. Filsafat Ilmu dan Ilmu Pariwisata	7
C. Pariwisata sebagai suatu ilmu	8
D. Perjalanan dan perjuangan panjang pariwisata	8
E. Konseptual Pariwisata.....	8
F. Cabang-Cabang Ilmu Pariwisata.....	9
G. Kompetensi Keahlian Lulusan Pariwisata	10
BAB III MOTIVASI PERJALANAN WISATA	11
A. Pengertian	11
1. Pariwisata bisnis.....	13
2. Pariwisata Pesiar	15
BAB IV KEPUASAN DAN LOYALITAS WISATAWAN	18
A. Pengantar	18
B. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan	19
C. Keterlibatan wisatawan dalam mengevaluasi berbagai faktor yang secara signifikan akan mempengaruhi kepuasan, adapun faktor-faktor :	20
D. Pengertian Loyalitas Wisatawan	20
E. Mengukur Loyalitas	21
F. Loyalitas memiliki konsekuensi motivasional	21
G. Cara Meningkatkan Loyalitas Wisatawan	22
BAB V DOKUMEN PERJALANAN WISATA	24
1. Paspor.....	24
2. Visa	26
BAB VI DAERAH TUJUAN WISATA.....	29
A. Pengertian Daerah Tujuan Wisata	29
B. Adapun yang membedakan antara obyek wisata dan atraksi wisata.....	29
BAB VII KLASIFIKASI JASA PARIWISATA DALAM HUBUNGAN INTERNASIONAL ...	34
A. Pariwisata dalam perekonomian	35
BAB VIII DAMPAK PENGEMBANGAN PARIWISATAAN	38
A. DAMPAK EKONOMI	38
B.SOSIAL BUDAYA	39
C.POLITIK.....	39
D. Lingkungan.....	40
E. Alasan Untuk Tumbuh Dari Pariwisata	40
F. Usaha-usaha Menanggulangi Dampak Negatif Pariwisata.....	40
BAB IX DAMPAK GLOBALISASI TERHADAP PEMBANGUNAN PARIWISATA	42

A. Dampak Terhadap Pembangunan Usaha Pariwisata	42
B. Penerapan Sistem Perdagangan Bebas Membawa Berbagai Pengaruh	42
C. Pengaruh lain dengan keikutsertaan Indonesia	43
D. Dampak Terhadap Pembangunan Hukum Pariwisata	43
E. Dampak Terhadap Perkembangan Masyarakat.....	43
BAB X PROSPEK PARIWISATA KE DEPAN	45
A. Pariwisata dan Teknologi Informasi.....	45
B. Model Sustainable Tourism Development	46
C. Pariwisata Hijau (Green Tourism)	48
D. Karakteristik Bisnis Green Tourism.....	49
E. Aplikasi Pariwisata Yang Bertanggung Jawab Melalui Kualifikasi	49
F. Village Tourism (Pariwisata Perdesaan)	50
G. Manfaat Ganda Dari Pembangunan Desa Wisata.....	50
BAB XI KONEKTIVITAS PEMBANGUNAN KEPARIWISATA	52
A. STRATEGI PEMBANGUNAN.....	52
BUKU I RPJMN 2015-2019	53
I. SASARAN.....	53
II. SASARAN PEMBANGUNAN.....	53
B. PEMBANGUNAN PARIWISATA INDONESIA DALAM RKP 2017ah K	55
C. Pembagian Kewenangan (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan).....	56
D. Pembagian Urusan Pariwisata (Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah).....	57
BAB XII RENCANA PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN	59
A. LANDASAN PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN INDONESIA	59
B. KEBIJAKAN PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN	61
C. KERANGKA MUATAN RIPPAPROV DAN RIPPARKAB/KOTA	62
D. STRATEGI PEMASARAN	62
E. Implementasi Strategi Pemasaran Menurut Pendekatan ‘DOT’	63
F. Implementasi Strategi Pemasaran Menurut Pendekatan ‘BAS’	64
G. Implementasi Strategi Pemasaran Menurut Pendekatan ‘POS’	65
H. Komponen Pengembangan Pariwisata	66
PENUTUP.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69

BAB I

PENGANTAR PARIWISATA

A. Pengertian Pariwisata

Secara bahasa: Berasal dari bahasa sanskerta “pari” yang berarti “banyak” atau “berkeliling” dan “wisata” yang berarti “pergi” atau “bepergian”. Sehingga Pariwisata sendiri dapat diartikan sebagai “perjalanan yang dilakukan berulang-ulang dari satu tempat ke tempat lain.”

- **Pengertian Secara Umum:**

Keseluruhan kegiatan pemerintahan, dunia usaha, dan masyarakat untuk mengatur, mengurus, dan melayani kebutuhan wisatawan.

- **Pengertian Secara Teknis**

Rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia, baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri atau dinegara lain dengan menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan pemerintah dan masyarakat agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.

B. Pariwisata Menurut Para Ahli

- 1) Herman V. Schulalard

Merupakan sejumlah kegiatan terutama yang ada kaitannya dengan masuknya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang-orang asing keluar masuk suatu kota, daerah, negara.

- 2) E. Guyer Freuler

Pariwisata dalam arti modern merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa penilaian yang sadar dan menumbuhkan kecintaan yang disebabkan oleh pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat.

- 3) Prof. K. Krapf

Keseluruhan dari pada gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan pendiaman orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara,

asalkan pendiaman itu tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang bersifat sementara itu.

4) James J. Spillane

Kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas dan berziarah

5) UU No 10, tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

Berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah

6) Masyarakat Pariwisata Inggris (1976):

"Pariwisata adalah perjalanan temporer, dalam waktu pendek dari seseorang atau sekelompok orang kesuatu area diluar tempat tinggalnya, atau tempat dimana mereka bekerja dan ada serangkaian aktifitas yang dilakukan oleh orang tersebut ditempat-tempat dimana mereka berkunjung"

Berdasarkan beberapa pendapat ahli mengenai arti pariwisata diatas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah:

1. Suatu kegiatan perjalanan
2. Didasari adanya kebutuhan,
3. Dilakukan seseorang atau sekelompok orang,
4. Secara sadar,
5. Bertujuan untuk memperoleh sebuah pengalaman baru (new experience),
6. Dalam waktu yang terbatas (tidak menetap),
7. Serta tidak memperoleh penghasilan selama melakukan kegiatan tersebut
8. Didukung oleh fasilitas serta layanan dari masyarakat, swasta dan pemerintah

C. Sejarah Kepariwisata

Gejala pariwisata telah ada semenjak adanya perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain dan perkembangannya sesuai dengan sosial budaya masyarakat itu sendiri. Dengan meningkatnya peradaban manusia, dorongan untuk melakukan perjalanan semakin kuat dan kebutuhan yang harus dipenuhi semakin kompleks. Menurut beberapa ahli mengatakan bahwa pariwisata telah dimulai sejak peradaban manusia itu sendiri dengan ditandai oleh pergerakan penduduk yang melakukan ziarah dan perjalanan untuk menyebarkan agama.

Sebagai fenomena bersejarah dalam perjalanan wisata dapat ditelusuri dari perjalanan Marcopolo pada tahun 1254-1324 yang menjelajahi Eropa sampai Tiongkok untuk kemudian kembali ke Venesia yang disusul perjalanan Pangeran Henry (1394-1450) dan Vasco Dagama (akhir abad XV). Namun sebagai kegiatan ekonomi pariwisata baru berkembang pada awal abad XIX dan sebagai industrinternasional pariwisata dimulai tahun 1865

- Pariwisata | Perjalanan | Travel/tourism (Zaman Yunani kuno 600 sm-200m), tokohnya: Socrates, Xenophon, Mahenjo Daro, Harappa, Alexandria Agung dll
- 1254-1324 Marcopolo, Eropa-Tiongkok-Venesia
- 1439-1506 Pangeran Henry
- 1451-1506 Colombus
- Akhir abad XV Vasco De Gamma

Pariwisata sebagai sarana saling pengertian-persahabatan, perbaikan ekonomi, penghasil devisa, pemupuk rasa solidaritas-cinta tanah air dan bangsa. Istilah pariwisata di Indonesia tahun 1960. Perjalanan masyarakat Eropa masa lalu untuk kepentingan ibadah. Hasrat manusia untuk mengetahui “dunia lain” di luar lingkungan tempat tinggalnya. Kebutuhan manusia terkait upaya-upaya kesehatan Aktifitas perdagangan antar bangsa, antar benua, beikut upaya pencarian dunia lain:

- HMS Beagle 1831-1836

- Ekspedisi Spanyol mencari rempah Vasco da Gama (1469–1524), Penjelajah Spanyol yang merintis jalan menuju dunia baru dan tercatat sebagai orang yang menemukan jalan pertama kali dari Eropa ke India
- Belanda membangun jalur perdagangan dari Semenanjung Harapan ke Batavia (Indonesia) pada abad 17
- Perjalanan menemukan Dunia Baru: Christopher Columbus
- Perjalanan menemukan Dunia Baru: A. Vespucci

Tahun 1499 -1500, Vespucci mengikuti ekspedisi laut yang dipimpin oleh penjelajah Spanyol Alonso de Ojeda. Tahun 1501-1504, Vespucci berlayar bersama Kapten kapal berkebangsaan Portugis Gonçalo Coelho, untuk mengeksplorasi Amerika selatan, dari Brazilia sampai Tierra del Fuego. Tahun 1503 atau 1504 menulis *Mundus Novus* (New World), yang mengatakan bahwa yang ditemukan C. Columbus adalah bagian kecil dari sebuah benua besar yang sekarang disebut Amerika.

D. Perjalanan Terkait Upaya Peningkatan Kesehatan

Kesehatan Pariwisata merupakan kebutuhan utama umat manusia. Saat ini disepakati tidak hanya terkait aspek-aspek biologik, tetapi lebih luas lagi meliputi aspek-aspek psikologi. Saat ini telah dikembangkan pendekatan-pendekatan alternatif kesehatan sehingga muncul *Medical tourism and Tourism health*. Pariwisata kesehatan dapat diartikan sebagai industri atau bisnis yang terkait dengan aktivitas perjalanan daerah wisata dengan tujuan pengobatan atau meningkatkan kesehatan dan kebugaran jasmani.

E. Perkembangan Pariwisata di Indonesia

- 1) Pariwisata pada zaman penjajahan Belanda
 pariwisata di Indonesia sudah ada sejak zaman kolonial Belanda tepatnya sejak tahun 1910-1920 dengan dikeluarkannya keputusan Gubernur Jenderal Belanda bernama VTV (*Vereniging Touristen Verker*) dimulainya kegiatan berwisata ke Hindia Belanda (Indonesia-sekarang). pada mulanya kegiatan VTV

dibentuk untuk meningkatkan perdagangan antara Eropa dan negara-negara Asia termasuk Indonesia, laut Hindia pada saat itu digunakan sebagai jalur yang sering digunakan oleh orang-orang asing untuk pergian terutama kegiatan perdagangan. Namun dengan seiringnya waktu dan berkembangnya zaman banyak orang-orang Eropa yang berkunjung ke Indonesia tidak hanya melakukan transaksi perdagangan saja tetapi mereka juga ingin melakukan kegiatan berwisata ke beberapa tempat wisata di Indonesia.

2) Pariwisata setelah kemerdekaan Indonesia

Setelah Indonesia merdeka, dunia kepariwisataan Indonesia mulai merangkak lagi. Meskipun pemerintahan Indonesia baru berdiri, namun pemerintah Indonesia waktu itu telah memikirkan untuk mengelola pariwisata. Kunjungan wisatawan ke Indonesia meningkat kembalidisertai dengan meningkatnya gairah kebangkitan usaha pariwisata lainnya. Untuk meningkatkan efektivitas usaha pariwisata, maka dibentuklah YTI (Yayasan Tourisme Indonesia) dengan tujuan memberi arti dan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia.

3) Pariwisata pada masa pembangunan lima Tahunan Indonesia (PELITA)

Bertujuan untuk merangsang pembangunan ekonomi daerah dengan meningkatkan kapasitas masyarakat untuk mengelola usaha pariwisata dan meningkatkan pendapatan melalui kegiatan kreatif dan produktif di sektor pariwisata.

4) Pariwisata pasca era Reformasi dan abad 21

Kebijakan pembangunan kapariwisata masa ini difokuskan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Dalam peningkatan kunjungan wisatawan intenasional tentu akan meningkatkan kemajuan industri pariwisata yang pasti berpengaruh terhadap terbukanya lapangan pekerjaan di sektor pariwisata, berpengaruh bagi perekonomian masyarakat dan devisa negara.

5) Masa depan pariwisata Indonesia

Dengan adanya program desa wisata itu diprediksi akan jadi masa depan pariwisata Indonesia karena memang potensinya masih sangat besar. Di berbagai daerah masih banyak wisata yang belum terekspos itu perlu

disebarluaskan karena potensi keindahan alam dan kekayaan yang ada di Indonesia merupakan investasi negara.

F. Pariwisata Pada Era Modern

Kemajuan transportasi dan infrastruktur penunjang pergerakan manusia merangsang orang bepergian. Perkembangan informasi memainkan peran dalam marketing dan pertumbuhan sektor wisata dan munculnya dampak negatif pariwisata

G. Pariwisata Pada Era Milenium

Pariwisata dituntut untuk mampu memberikan peran dalam menangani permasalahan global. Pariwisata mempunyai keunggulan dalam multy-impact dampak: mulai keuntungan yang bersifat personal, keluarga, kelompok masyarakat, negara dan global

Latihan Soal:

1. Jelaskan pengertian pariwisata menurut para ahli?
2. Jelaskan sejarah munculnya pariwisata?
3. Jelaskan Perkembangan Pariwisata di Indonesia?
4. Sebut dan jelaskan Pariwisata Pada Era Modern?
5. Apa dampak yang terjadi pada Pariwisata Pada Era Milenium?

BAB II

PARIWISATA SEBAGAI ILMU

A. Pengakuan Pariwisata sebagai ilmu

“Tanggal 31 Maret 2008 merupakan salah satu tonggak sejarah pengakuan pariwisata sebagai ilmu. Pada tanggal tersebut keluar surat dari Dirjen Dikti Depdiknas No. 947/D/T/2008 dan 948/D/T/2008 yang ditujukan kepada menteri kebudayaan dan pariwisata, yang eksplisit menyebutkan bahwa direktorat jendral pendidikan tinggi menyetujui jenjang program Sarjana (S1) dalam beberapa program studi pada STP Bali dan STP Bandung. Dengan ini merupakan adanya pengakuan formal bahwa pariwisata adalah disiplin ilmu sejajar dengan ilmu lainnya”.

B. Filsafat Ilmu dan Ilmu Pariwisata

Filsafat secara umum adalah suatu kebijaksanaan hidup (filosofia) untuk memberikan suatu pandangan hidup yang menyeluruh berdasarkan refleksi atas pengalaman hidup maupun ilmiah. Filsafat adalah suatu ilmu pengetahuan karena memiliki logika, metode dan sistem.

Ilmu pengetahuan yang sudah dikelompokkan, disistematisasi, dan diinterpretasikan sehingga menghasilkan suatu kebenaran objektif serta sudah diuji kebenarannya secara ilmiah. Pariwisata adalah suatu ilmu yang memiliki dan memenuhi karakteristik sebagai suatu ilmu. Dalam kaitannya dengan pariwisata sebagai ilmu, dapat pula dilihat dari dua sudut pandang objek yaitu sudut pandang terhadap suatu objek dan objek materi.

Ilmu kepariwisataan salah satu cabang dari ilmu-ilmu sosial yang bersifat deskriptif, teoritis, dan praktis yang mempelajari tentang gejala dan kaitan secara menyeluruh tentang motivasi berwisata, perjalanan wisatawan dan interaksi yang berdampak pada kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat.

C. Pariwisata sebagai suatu ilmu

Dalam perjalanan sejarah, pariwisata pada akhirnya dianggap sebagai suatu kegiatan yang menjanjikan keuntungan, dan akhirnya mendorong sebagian orang untuk mempelajari dan menjadikan pariwisata sebagai sebuah ilmu baru untuk dipelajari. Wacana mengenai apakah pariwisata merupakan ilmu yang mandiri atau ilmu yang telah mapan dengan pendekatan multidisipliner, sebenarnya telah lama diperdebatkan. Pengakuan secara formal terhadap pariwisata sebagai ilmu mandiri di Indonesia merupakan hasil perjuangan dalam kurun waktu yang cukup panjang.

D. Perjalanan dan perjuangan panjang pariwisata

Pada deklarasi 24 Agustus 2006 yang menyepakati bahwa pariwisata sudah layak menjadi suatu disiplin ilmu mandiri. Perjuangan tersebut digerakkan lagi melalui kerjasama Depbudpar dengan Hildiktipari. Dari rapat koordinasi yang dilakukan dua lembaga tersebut melahirkan suatu “Deklarasi Pariwisata Sebagai Ilmu” yang berisi poin pokok yaitu:

1. Pariwisata adalah cabang ilmu yang mandiri dan sejajar dengan ilmu lainnya
2. Program S1, S2, dan S3 ilmu pariwisata diberbagai lembaga pendidikan tinggi sudah layak diberikan ijin oleh Departemen Pendidikan Nasional.

E. Konseptual Pariwisata

Secara konseptual, ilmu adalah suatu pengetahuan sistematis yang diperoleh berdasarkan pengalaman (empirik) dan percobaan (eksperimen) dengan menggunakan metode yang dapat diuji. Oleh sebab itu, setiap ilmu memenuhi tiga syarat dasar yakni;

a) Aspek Ontologi

Setiap ilmu memiliki objek material dan objek formal. Objek material adalah seluruh lingkup (makro) yang dikaji suatu ilmu. Objek formal adalah bagian tertentu dari objek material yang menjadi perhatian khusus dalam kajian ilmu tersebut. Objek formal (aspek ontologi) ilmu pariwisata adalah masyarakat. Dengan demikian fenomena pariwisata ini dapat difokuskan pada tiga unsur sebagai berikut:

- Pergerakan wisatawan
- Aktivitas masyarakat yang memfasilitasi pergerakan wisatawan
- Implikasi atau akibat pergerakan wisatawan dan aktivitas masyarakat yang memfasilitasinya terhadap masyarakat secara meluas.

b) Aspek Epistemolog

Menunjukkan pada cara-cara memperoleh kebenaran atas objek ilmu. Kebenaran yang dimaksud adalah kebenaran ilmiah, yakni didasarkan pada suatu logika berpikir yang rasional, objektif, dan dapat diuji secara empirik. Diskusi tentang epistemologi otomatis menyangkut metode suatu ilmu untuk mencari kebenaran. Untuk itu perlu didefinisikan pendekatan kajian pariwisata secara lebih khusus salah satu yang paling mudah adalah pendekatan sistem (Mcintosh, Goeldner dan Ritchie)

c) Ilmu pariwisata multidisiplin

Artinya ilmu ini tidak mungkin berdiri sendiri dan harus melibatkan berbagai disiplin lainnya seperti sejarah, sosiologi, antropologi, ekonomi, manajemen, budaya, seni, teknologi, dan bahkan politik dalam arti luas (sebagaimana juga halnya ilmu lainnya yang tidak bisa sepenuhnya berdiri sendiri)

d) Aspek Aksiologi

Aksiologi merupakan aspek ilmu yang sangat penting. Ilmu pariwisata jelas memberikan manfaat bagi kesejahteraan umat manusia. Perjalanan dan pergerakan wisatawan adalah salah satu bentuk kegiatan dasar manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang beragam, baik dalam bentuk pengalaman, pencerahan, penyegaran fisik dan psikis maupun dalam bentuk aktualisasi diri.

F. Cabang-Cabang Ilmu Pariwisata

1. Pengembangan jasa wisata cabang ini mengkhususkan diri pada pengembangan pengetahuan tentang strategi, metode dan teknik menyediakan jasa dan hospitality yang mendukung kelancaran perjalanan wisata.

2. Organisasi perjalanan cabang ini menitikberatkan perhatiannya pada pengaturan lalu lintas perjalanan wisatawan dan penyediaan media atau paket perjalanan yang memungkinkan wisatawan mampu memperoleh nilai kepuasan berwisata yang tinggi melalui pengelolaan sumber daya pariwisata.
3. Kebijakan pembangunan pariwisata cabang ini menitikberatkan pada upaya peningkatan manfaat sosial, ekonomi, budaya, psikologi perjalanan wisata bagi masyarakat dan wisatawan dan evaluasi perkembangan pariwisata melalui suatu tindakan yang terencana.

G. Kompetensi Keahlian Lulusan Pariwisata

1. Kompetensi dalam penyediaan, pengelolaan, dan pengembangan berbagai jenis jasa seperti akomodasi, industri boga, event, organizer.
2. Kompetensi dalam penyediaan, pengelolaan dan pengembangan paket dan program perjalanan
3. Kompetensi dalam penyusunan program pengembangan destinasi, penataan kawasan, penyusunan kebijakan pemasaran, analisis dampak pariwisata.

Latihan Soal:

1. Jelaskan pengertian pariwisata sebagai ilmu?
2. Jelaskan Filsafat Ilmu dan Ilmu Pariwisata?
3. Sebutkan dan jelaskan tentang Konseptual Pariwisata?
4. Sebutkan cabang-cabang Ilmu Pariwisata?
5. Apakah kompetensi keahlian lulusan pariwisata?

BAB III

MOTIVASI PERJALANAN WISATA

A. Pengertian

Motivasi dipandang sebagai bagian dari sisi kebutuhan dan keinginan psikologis maupun biologis, yang meliputi bagian yang tidak dapat dipisahkan yang dapat mendorong dan menarik seseorang untuk berbuat atau melakukan aktivitas tertentu.

Motivasi pendorong berhubungan dengan dorongan, perasaan, dan insting yang berasal dari dalam diri seseorang.

Motivasi penarik melibatkan representasi mental seperti pengetahuan atau keyakinan

Faktor Pendorong (Push Factors)	Faktor Penarik (Pull Factors)
Beristirahat dan relaksasi	Jaminan keselamatan pada destinasi
Mengunjungi tempat-tempat baru	Lokasi akomodasi
Belajar dan mengalami hal-hal baru	Daya tarik ilmiah
Menjauhkan diri dari stress	Harga paket yang inklusif
Melarikan diri dari kegiatan sehari-hari	Berbagai makanan dan minuman yang sesuai
Menemui orang-orang dan bersosialisasi	Daya tarik sejarah
Meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan	Daya tarik budaya
Mencoba tantangan/pengalaman dan petualangan	Transportasi lokal
Melatih fisik	Kenyamanan urusan imigrasi dan prosedur bea cukai
Mengunjungi keluarga dan teman	Ketersediaan fasilitas medis
	Infrastruktur destinasi
	Kualitas layanan agen pelayanan
	Kualitas pelayanan tour leader , pemandu

	wisata
	Aksesibilitas hotel dan fasilitas untuk penyandang cacat/senior
	Acara khusus dan festival
	Aktivitas wisata, rekreasi dan hiburan

Pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan di motivasi oleh beberapa hal. Dari berbagai motivasi yang mendorong perjalanan, McIntosh (1977) dan Murphy (1985) mengatakan bahwa motivasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yaitu:

- a) Physical or psychocological motivation, motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis. Antara lain untuk relaksas, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai, dan sebagainya
- b) Cultural motivation, motivasi budaya yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerahlain. Termasuk juga ketertarikan aka berbagai objek peninggalan budaya seperti bangunan bersejarah.
- c) Social Motivation ata interpersonal, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestise) melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan. Contoh Group tour package, wisata konvensi.
- d) Motivasi status dan prestise, merupakan motivasi untuk memperoleh status dan prestise didalamnya termasuk keinginan untuk meengenyam pendidikan yang berkelanjutan. Motivasi ini dikaitkan dengan keinginan seseorang agar mereka dihargai, dihormati, dan dikagumi dalamrangka memenuhi ambisi pribadi mereka atau dengankata lain untuk mengetahui jati diri mereka sebenarnya. Contohnya wisata belanja ke luar negeri, sekolah di luar negeri.

PATA (Pacific Area Travel Association) melaporkan bahwa orang mengadakan perjalanan karena 12 alasan yaitu:

1. Hangat, orangnya ramah
2. Nyaman, akomodasi

3. Indah, pemandangan alam
4. Harga yang wajar
5. Kebiasaan menarik dan cara hidup
6. Iklim yang baik
7. Kreasi indah manusia
8. Makanan yang luar biasa
9. Baik belanja
10. Lingkungan eksotis
11. Ikatan sejarah atau keluarga
12. Kegiatan rekreasi yang luar biasa

Gagasan ide dari tujuan wisata

- a) Negara-negara maju.
- b) Banyak atraksi pemandangan.
- c) Fasilitas Yang bagus
- d) Masyarakat yang Hangat dan ramah.
- e) Untuk berbisnis.
- f) Makanan / masakan.
- g) Belanja

Dalam pengelolaan kepariwisataan dikenal adanya beberapa motivasi yang mendorong seseorang melakukan perjalanan wisata, yang pada garis besarnya dikelompokkan dalam duakelompok besar yaitu :

1. Pariwisata bisnis

a) TICO (Trade, Industrial, Commercial, Official)

- **Trade visit**, kunjungan oleh kelompok inidilatarbelakangi perdagangan (ekspor & impor), baik barang maupun jasa termasuk jasa angkutan, telekomunikasi, pariwisata.

- **Industrial visit**, berkaitan yang berhubungan dengan bidang-bidang komersial seperti perbankan, asuransi, dan sejenisnya.
- **Commercial visit**, kunjungan bermotifkan kepentingan yang berhubungan dengan bidang-bidang komersial seperti perbankan, asuransi, dan sejenisnya.
- **Official visit**, dilakukan dalam hubungannya dengan pertemuan atau kunjungan resmi, baik antar pemerintah, antar organisasi internasional dengan pemerintah tersebut.

b) MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition)

- **Meeting**: Kunjungannya untuk maksud-maksud pertemuan, yang diselenggarakan secara terorganisir dan bersifat bilateral, unilateral atau internal suatu lembaga, baik pemerintah, swasta maupun organisasi kemasyarakatan;
- **Incentive**: Perjalanan jenis ini pada hakekatnya diselenggarakan oleh suatu perusahaan atau organisasi, yang dilakukan sebagai insentif bagi karyawan atau anggotanya dalam rangka apresiasi atas kinerja mereka berkaitan dengan pencapaian suatu prestasi atau performa perusahaan atau organisasi tersebut.
- **Convention**: Berbeda dengan Meeting, kunjungan kelompok ini dengan maksud pertemuan yang lazimnya lebih bersifat global, internasional, regional yang melibatkan peserta dari berbagai negara, antara lain dalam bentuk conference, workshop, seminar dan sejenisnya serta diselenggarakan secara terorganisir.
- **Exhibition**: Kunjungan yang dilakukan dalam hubungannya dengan maksud-maksud penyelenggaraan dan/atau peranserta suatu pameran.

2. Pariwisata Pesiar

a) **PARIWISATA BUDAYA** (Cultural Tourism, yang antara lain meliputi: Historical, Educational, Family, Religious, Sport dll.);

- **Historical:** Pada dasarnya kelompok motivasi ini mengutamakan kunjungan ke situs-situs sejarah atau dengan maksud mendalami sejarah negara yang dikunjunginya
- **Educational:** Dalam hal ini, maksud kunjungan kelompok ini dengan minat pada pengembangan pengetahuan pribadi secara sistematis pragmatis, baik formal maupun informal. Misalnya dengan cara mengunjungi tempat-tempat dan/atau melakukan kegiatan yang mengandung nilai-nilai edukatif.
- **Family Visit:** Motivasi kunjungan ini paling banyak dilakukan oleh wisatawan nusantara (wisnus) tanpa menutup kemungkinan dilakukan juga oleh wisatawan mancanegara (wisman) yang mempunyai keluarga di suatu negara. Pada awal dikenalnya motivasi ini, di pertengahan tahun 1950-an, disebut dengan istilah VFR (Visiting Family and Relatives) yang digunakan sampai awal tahun 1970-an
- **Religious:** Motivasi kunjungan bernuansa keagamaan, termasuk di dalamnya perjalanan ziarah ke berbagai situs sejarah keagamaan, atau napak tilas sejarah suatu agama atau peristiwa yang berkaitan dengan agama, atau dalam rangka melaksanakan ritual keagamaan, seperti umroh dan naik haji.
- **Sport:** Motivasi sport suatu perjalanan dapat dibagi atas beberapa sifatnya antara lain sport untuk prestasi, untuk rekreasi, untuk kebugaran atau sebagai manifestasi petualangan. Berbagai sifat sport itu juga dapat dilakukan secara terorganisir atau dilakukan oleh perorangan. Di samping itu motivasi sport meliputi juga kunjungan supporter dan penonton (pasif) selain para olehragawan itu sendiri (aktif).

b) **PARIWISATA ALAM** (Natural Tourism, antara lain mencakup: Adventure, Agro, Marine, Special Interest, Health, dsb.).

- **Adventure:** Kunjungan dengan motivasi adventure pada umumnya dilakukan ke tempat-tempat yang belum pernah atau jarang mendapat kunjungan orang, serta bersifat penuh tantangan dan rintangan. Tidak jarang motivasi perjalanan jenis ini dibarengi dengan motivasi sport dan rekreasi seperti panjat tebing, ski, mendaki gunung, arung jeram (rafting), cross country, hiking, dan sejenisnya. Dalam hal tertentu, kunjungan ke daerah atau wilayah terpencil ditandai dengan tingkat kesukaran pencapaian yang tinggi berkenaan dengan kekurangan atau ketiadaan fasilitas aksesibilitas yang nyaman, namun banyak diminati, baik oleh wisnus maupun wisman.
- **Marine:** Marine Tourism di Indonesia dikenal sebagai Pariwisata Bahari, yaitu perjalanan wisata yang berkaitan dengan kehidupan bahari, baik hanya dalam rangka menikmati suasana pantai, pulau dan laut, maupun melakukan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan di pantai, pulau dan laut. Pada kenyataannya, pariwisata bahari banyak juga digabungkan dengan kegiatan olahraga, antara lain ski air, berlayar, selancar air, selancar angin, volley pantai dll. Seperti juga halnya dengan pariwisata agro, pariwisata bahari pun banyak dilakukan berkaitan dengan special interest terutama kegiatan selam, misalnya dalam hubungannya dengan keragaman biota laut dan/atau penelitian dan pengendalian kualitas lingkungan kelautan.
- **Agro (agricultural):** Pariwisata Agro (Agro Tourism) dipandang dari sisi permintaan (demand), pada hakekatnya didasari oleh minat terhadap kehidupan dan lingkungan pertanian dalam arti luas, – termasuk di dalamnya adalah minat terhadap budaya cocok tanam, perikanan (air tawar), peternakan, perkebunan, kehutanan dan sejenisnya.
- **Special Interest:** Kunjungan dengan motivasi minat khusus (Special Interest) pada umumnya dilakukan para peminat ilmu pengetahuan,

seperti peneliti, pengamat, dosen dan guru, mahasiswa dsb. dalam hubungan dengan pencarian informasi atau mempelajari lebih dalam dan luas tentang bidang ilmu pengetahuan yang diminatinya. Kegiatan perjalanan ini seringkali berhubungan dengan motivasi pendidikan (education), antara lain berkaitan dengan pertanian, kehutanan, ilmu hewan, ilmu tumbuhan, kelautan, arsitektur, seni budaya (tari, lukis, musik tradisional, adat istiadat, dsb), sejarah, ekonomi dll.

- **health tourism** dapat diartikan sebagai pariwisata kesehatan berupa perjalanan untuk pemeliharaan dan/atau pemulihan kesehatan (dulu disebut sebagai tetirah) yang pada hakekatnya dilakukan oleh orang yang sehat, – tidak menderita suatu penyakit -, atau orang yang baru sembuh dari perawatan. Sedangkan medical tourism lebih condong menyangkut tindakan medik pengobatan (cure), operasi dan/atau tindakan medik lainnya, yang dilakukan terhadap penderita suatu penyakit atau kelainan kondisi kesehatannya

Latihan Soal:

1. Jelaskan pengertian Motivasi?
2. Dalam pengelolaan kepariwisataan dikenal adanya beberapa motivasi yang mendorong seseorang melakukan perjalanan wisata, sebutkan?
3. Sebutkan faktor pendorong (*push factors*) dalam pariwisata?
4. Sebutkan Faktor Penarik (*pull factors*) dalam pariwisata?
5. Sebutkan contoh pariwisata alam dan budaya?

BAB IV

KEPUASAN DAN LOYALITAS WISATAWAN

A. Pengantar

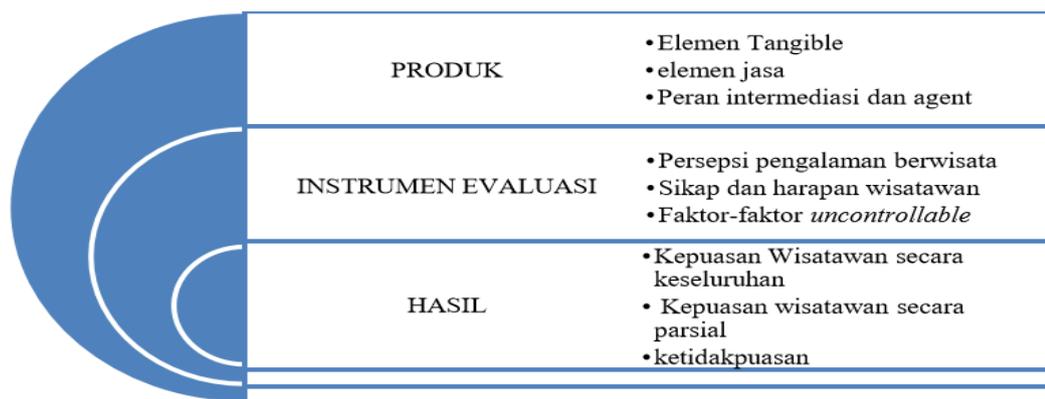
- a) Siklus kepuasan, loyalitas, dan nilai pelanggan (wisatawan) merupakan salah satu konsep yang paling relevan dibahas dalam bidang pemasaran pariwisata, pemahaman wisatawan yang sempurna merupakan cara yang paling memungkinkan untuk membentuk dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas, serta memberikan nilai yang superior bagi wisatawan.
- b) Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas destinasi dijelaskan oleh kekuatan daya tarik destinasi dalam menarik jumlah kunjungan sebelumnya, keakraban dengan destinasi, persepsi kualitas dan pelayanan, persepsi nilai, serta pengalaman wisatawan terhadap destinasi tertentu dianggap sebagai prediktor dominan dalam memilih destinasi yang sama di masa depan.
- c) Prinsip utama kepuasan adalah perbandingan antara apa yang diharapkan dengan tingkat kinerja yang dirasakan oleh wisatawan. Artinya kepuasan itu merupakan perbandingan antara kinerja dan harapan, jika kinerja produk yang dirasakan lebih tinggi dari harapan maka wisatawan akan puas atau senang.
- d) Para ilmuwan marketing dalam menjelaskan kepuasan wisatawan sangat bervariasi, hal ini menunjukkan empat aspek penting dalam membentuk kepuasan wisatawan: (1) respon kognitif; (2) respon emosional; (3) fokus respon berkaitan dengan harapan terhadap produk dan pengalaman konsumsi; serta (4) respon terhadap biaya yang terjadi dalam setiap tahapan, harapan, dan respon.

Tahapan, Harapan, dan Respon Kepuasan Wisatawan

Tahapan	Harapan	Respons
Sebelum pembelian atau konsumsi	Kualitas produk, manfaat, harga dan ketersediaan produk	Faktor terhadap produk, pilihan pembelian, dan konsumsi
Saat pembelian atau konsumsi	Lingkungan, produk, jenis layanan, pengiriman, kualitas, dan ganti rugi	Respons afektif, kognitif, intensitas, dan durasi
Setelah pembelian atau konsumsi	Dukungan, penggantian produk, kembalian rupiah atas produk yang cacat, atau perbaikan.	Standar kinerja produk atau komparasi dengan provider lain.

B. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan

Menurut Ali Hasan (2015:371), Proses pembentukan kepuasan wisatawan terdiri dari berbagai faktor seperti: produk wisata, instrumen evaluasi, dan hasil dari yang mereka terima (produk dan jasa).



Sumber : Ali Hasan, 2015

C. Keterlibatan wisatawan dalam mengevaluasi berbagai faktor yang secara signifikan akan mempengaruhi kepuasan, adapun faktor-faktor :

- Keramahan masyarakat lokal (host) dan sikap karyawan terhadap wisatawan. Kepuasan wisatawan tidak hanya datang dari destinasi yang indah, tetapi juga dari pertemuannya dengan masyarakat lokal dan karyawan penyedia layanan pariwisata.
- Kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kesopanan, keramahan, efisiensi, dan ketanggapan personal pelayanan terhadap permintaan dan keluhan wisatawan.
- Akomodasi dan fasilitas sebagai faktor signifikan mempengaruhi kepuasan wisatawan, baik secara fisik maupun psikologis.
- Budaya perilaku konsumsi produk pariwisata dipandang sebagai fenomena sosial yang pluralistik, integratif, dan multidimensional.
- Harga (biaya moneter) yang berkaitan dengan penilaian kepuasan wisatawan dan tidak tahu apakah tawaran destinasi lain bisa luar biasa.
- biaya non moneter dalam model persepsi nilai, persepsi kualitas, dan pengorbanan yang dirasakan adalah dua driver utama persepsi nilai bagi wisatawan.

D. Pengertian Loyalitas Wisatawan

Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. “Loyalitas menunjukkan kecenderungan wisatawan untuk menggunakan suatu merek tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi” (Dharmmesta,1999). Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk di sini merekomendasikan orang lain untuk membeli. Sedangkan menurut Zeithamlet.al (1996) tujuan akhir keberhasilan perusahaan menjalin hubungan relasi dengan wisatawannya adalah untuk membentuk loyalitas yang kuat. Indikator dari loyalitas yang kuat yaitu :

- Say positive things, adalah mengatakan hal yang positif tentang produk yang telah dikonsumsi.
- Recommend friend, adalah merekomendasikan produk yang telah dikonsumsi kepada teman
- Continue purchasing, adalah pembelian yang dilakukan secara terus-menerus terhadap produk yang telah dikonsumsi.

E. Mengukur Loyalitas

Menurut Parasuraman, et.al. (1988) hasil dari evaluasi harapan individual terhadap suatu produk akan menimbulkan persepsi terhadap nilai dan bertindak berdasarkan hal tersebut. Selanjutnya wisatawan akan memperhitungkan penawaran mana yang akan memberikan nilai dan kepuasan tertinggi. Penawaran yang mampu memenuhi harapan tersebut akan berdampak pada perilaku pembelian ulang (buyer's repetition).

Schmid dalam Paliati (2004) juga menegaskan bahwa loyalitas wisatawan merupakan proses pembangunan aktivitas pembelian-ulang (repeat-purchase) pada seorang pembeli. Lebih jauh bila ditinjau dari pengukuran perilaku (behavioral measurements), perilaku wisatawan yang terpenuhi harapan terhadap kepuasan perusahaan akan menyampaikan rasa puasnya tersebut kepada orang lain.

F. Loyalitas memiliki konsekuensi motivasional

- Search motivation (motivasi pencarian), yaitu motivasi untuk mencari informasi mengenai produk, merek, atau pemasok alternatif cenderung semakin berkurang seiring dengan meningkatnya pengalaman, pembelajaran, kepuasan dan pembelian ulang konsumen bersangkutan.
- Resistance to counterpersuasion (daya tahan untuk menolak bujukan), dimana konsumen yang memiliki komitmen yang kuat terhadap objek spesifik cenderung memiliki komitmen yang kuat terhadap objek spesifik cenderung memiliki resistace to counter persuasion yang kuat pula.

- World of mouth (getok tular), loyalitas Wisatawan juga berdampak pada perilaku getok tular (word of mouth behavior), terutama bila konsumen merasakan pengalaman emosional yang signifikan. Wisatawan yang loyal cenderung bersedia menceritakan pengalaman positifnya kepada orang lain

G. Cara Meningkatkan Loyalitas Wisatawan

Pada dasarnya, upaya mempertahankan (retention) wisatawan agar tetap loyal bisa dilakukan dengan banyak cara. Selain memuaskan wisatawan melalui atribut produk dan atribut pelayanan yang berkualitas, para pemasar harus terus berupaya melakukan inovasi pemasaran. Misalnya, dengan customer bonding (mengikat wisatawan). Caranya bisa melalui financial bonding (mengikat wisatawan dengan memberikan program yang lebih ke arah keuangan, seperti bonus, promo, hadiah mobil dan rumah) atau bisa juga dengan emotional bonding (menciptakan program yang bisa menyentuh sisi emosional wisatawan, dengan membuat club marketing program atau frequency marketing program. Cara meningkatkan loyalitas wisatawan perusahaan dapat melakukan tiga tindakan, yaitu

- Frequent-buyer program. Program yang diilhami usaha untuk memberikan penghargaan dan memperkuat perilaku pembelian ulang ini dianggap efektif untuk meningkatkan kesetiaan wisatawan.
- Pembentukan customer club. Melalui customer club, perusahaan dapat berkomunikasi secara langsung dengan wisatawan sehingga akan lebih mengenal dekat siapa wisatawannya, latar belakang, kebutuhan serta keinginan-keinginannya.
- Database marketing. Adanya database yang baik mengenai wisatawan akan sangat memudahkan bagi perusahaan untuk berkomunikasi mengenai produk dan mendapatkan informasi mengenai kebutuhan dan keinginan yang tersembunyi.

Latihan Soal:

1. Sebutkan dan jelaskan mengenai factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan?
2. Jelaskan pengertian loyalitas wisatawan?
3. Bagaimana kita bisa mengukur loyalitas?
4. Bagaimana cara meningkatkan loyalitas wisatawan?
5. Sebutkan konsekuensi motivasional loyalitas?

BAB V

DOKUMEN PERJALANAN WISATA

Dokumen perjalanan merupakan dokumen resmi yang dikeluarkan oleh pejabat yang berwenang dari suatu negara, Perserikatan Bangsa-Bangsa atau organisasi internasional lainnya untuk melakukan perjalanan antar negara yang memuat identitas pemegangnya. Sedangkan yang di maksud dengan Dokumen Perjalanan Laksana Paspor Republik Indonesia. Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-Perundangan bersama-sama dengan instansi lain melakukan pembahasan mengenai penyusunan RPP tentang Dokumen Perjalanan Republik Indonesia. Dokumen penting yang dibawa saat ke luar negeri :

1. Paspor

Paspor adalah dokumen yang wajib dibawa saat berpergian ke luar negeri karena hampir semua negara mewajibkannya. Ada beberapa macam paspor :

a) Paspor Diplomatik

Paspor diplomatik, dikeluarkan untuk diplomat dan pejabat pemerintah lainnya untuk tugas yang berhubungan dengan perjalanan internasional, dan untuk tugas pendampingan. Meskipun sebagian besar orang dengan kekebalan diplomatik membawa paspor diplomatik, namun memiliki paspor diplomatik tidak sama dengan memiliki kekebalan diplomatik.

b) Paspor Dinas (Layanan Paspor atau Paspor khusus) yang dikeluarkan untuk pegawai pemerintah untuk tugas yang berhubungan dengan perjalanan internasional, dan untuk tugas pendampingan.

c) Paspor biasa diterbitkan oleh Menteri atau Pejabat Imigrasi yang ditunjuk dan diterbitkan untuk warga Negara Indonesia. Paspor biasa berlaku selama 5 tahun. Paspor merupakan dokumen milik negara yang dapat dibatalkan atau dicabut sewaktu-waktu oleh negara tanpa pemberitahuan.

d) Surat perjalanan laksana paspor

Surat perjalanan laksana paspor untuk orang asing diajukan kepada menteri atau pejabat imigrasi yang ditunjuk pada kantor imigrasi yang wilayah

kerjanya meliputi tempat tinggal orang asing yang bersangkutan. Surat laksana paspor untuk orang asing 6 bulan dan hanya dapat digunakan untuk 1 kali perjalanan.

- e) Join pasport
- f) Paspor untuk naik haji

paspor yang digunakan untuk haji atau umroh adalah paspor biasa yang bisa digunakan untuk bepergian ke negara lain. Jadi, paspor wisata atau paspor biasa yang berwarna hijau masih bisa digunakan untuk bepergian ke negara lain dan juga umroh atau haji.

A. Masa Berlaku Paspor

- Paspor diplomatik, masa berlakunya adalah sesuai dengan waktu yang dibutuhkan dalam masatugasnya.
- Paspor dinas, masa berlakunya 1-2 tahun
- Paspor biasa, masa berlakunya adalah 5 tahun
- Paspor untuk orang asing (stateless pasport), berlaku selama 1 tahun
- Surat perjalanan laksana paspor, masa berlakunya 1 kali perjalanan

B. Posedur Pengajuan Paspor

Manual/ walk in/ datang langsung

Bagi permohonan paspor biasa yang diajukan secara manual, permohonan harus mengisi aplikasi data yang disediakan pada loket permohonan dan melampirkan dokumen kelengkapan persyaratan;

- Pejabat imigrasi yang ditunjuk memeriksa dokumen kelengkapan persyaratan, KT, KK, Akte Kelahiran, akte nikah, surat kewarganegaraan, surat ganti nama (bila berganti nama), pas foto, (dikantor imigrasi) izin perusahaan, izin orang tua.
- Pengisian formulir, pada lembar paspor; identitas, masa berlaku paspor, disahkan kepala imigrasi catatan pengesahan (4 lembar), slip kedatangan lembar visa (12 lembar), UU kewarganegaraan.

- Dokumentasi kelengkapan persyaratan yang telah dinyatakan lengkap, pejabat imigrasi yang ditunjuk memberikan tanda terima permohonan dan kode pembayaran
- Dalam hal dokumen kelengkapan persyaratan dinyatakan belum lengkap, pejabat imigrasi yang ditunjuk mengembalikan dokumen permohonan dan permohonan dianggap ditarik kembali.

Elektronik

- Bagi permohonan paspor biasa yang diajukan secara elektronik, pemohon harus mengisi aplikasi data yang tersedia pada laman resmi direktorat jenderal imigrasi
- Dokumen kelengkapan persyaratan harus disertakan dengan cara memindai dokumen kelengkapan persyaratan dan dikirimkan melalui surat elektronik
- Pemohon yang telah mengisi aplikasi data, memperoleh tanda terima permohonan dan harus dicetak sebagai tanda bukti permohonan
- Permohonan yang telah diperiksa dan memenuhi persyaratan diberikan kode pembayaran melalui pesan singkat dan surat elektronik

Penerbitan paspor biasa dilakukan melalui mekanisme yang terdiri atas ;

- a. Pemeriksaan kelengkapan dan keabsahan persyaratan
- b. Pembayaran biasa paspor
- c. Pengambilan foto dan sidik jari
- d. Wawancara
- e. Verifikasi
- f. Adjudikasi

2. Visa

Visa adalah dokumen resmi yang diterbitkan oleh perwakilan suatu negara diluar negeri berupa cap dalam paspor yang mengandung pengertian sebagai izin untuk mengadakan perjalanan memasuki negara yang menerbitkannya. Adapun kebijakan bebas vi

sa seperti anggota asean bisa bebas dari biaya visa (2 minggu), negara yang termasuk BVW (bebas visa wisata), pelabuhan udara dan pelabuhan laut yang terdaftar BVW. Adapun macam-macam visa sebagai berikut :

- Visa Diplomatik adalah jenis visa yang diberikan kepada orang asing pemegang paspor diplomatik dan paspor lain, termasuk anggota keluarga untuk masuk wilayah Indonesia guna melaksanakan tugas yang bersifat diplomatik, berdasarkan perjanjian internasional, prinsip resiprositas dan penghormatan.
- Visa Dinas, visa yang diberikan kepada orang asing pemegang paspor dinas dan paspor lain, termasuk anggota keluarganya yang akan melakukan perjalanan ke wilayah Indonesia dalam rangka melaksanakan tugas resmi yang tidak bersifat diplomatik dari pemerintah asing yang bersangkutan atau organisasi internasional.

Prosedur memperoleh visa

Mengisi formal permohonan, diteliti keperluan/tujuan identitas, visa ditolak/diterima. Adapun beberapa dokumen yang diperlukan ;

➤ Exit Permit

Surat keterangan izin keluar bagi seseorang yang akan meninggalkan negaranya, hanya berlaku satu kali perjalanan.

➤ Reentry Permit

Surat keterangan izin untuk memasuki kembali negara yang ditinggalkan.

➤ Health Certificate

Berisi surat keterangan tentang bebas penyakit menular atau vaksinasi, dikeluarkan oleh kementerian kesehatan

Latihan Soal:

1. Jelaskan apa yang di maksud dengan Visa?
2. Jelaskan apa yang di maksud dengan Paspor?
3. Sebutkan jenis-jenis Paspor?
4. Bagaimana prosedur dalam pengajuan Paspor?

5. Jelaskan masing-masing pengertian dari:
- a. Exit Permit
 - b. Reentry Permit
 - c. Health Certificate

BAB VI

DAERAH TUJUAN WISATA

A. Pengertian Daerah Tujuan Wisata

Daerah Tujuan Wisata (DTW) merupakan tempat di mana segala kegiatan pariwisata bisa dilakukan dengan tersedianya segala fasilitas dan atraksi wisata untuk wisatawan. Wisatawan dalam melakukan aktivitas perjalanannya itu dirangsang atau ditimbulkan oleh adanya “sesuatu yang menarik”, yang lazim disebut daya tarik wisata (tourism attraction, tourist attraction), yang dimiliki tempat kunjungan tersebut, baik untuk kepentingan bisnisnya maupun sebagai tempat pesiar, misalnya iklim tropis yang hangat, iklim ekonomi yang kondusif buat investasi, maupun kegiatan lainnya. Unsur pokok yang harus mendapatkan perhatian wisatawan

- 1) Objek dan daya tarik wisata
- 2) Prasarana wisata
- 3) Sarana wisata
- 4) Tata laksana/infrastruktur
- 5) Masyarakat/lingkungan

B. Adapun yang membedakan antara obyek wisata dan atraksi wisata

Obyek wisata, bersifat statis, terikat pada tempat, dapat dijamah (tangible). Contoh, Obyek Wisata Alam: Pantai, Gunung/bukit, Hutan, Pulau, Danau, Air terjun, Gua, Lembah, Pemandangan Alam, Cagar alam, Suaka Margasatwa, Taman Nasional, dan lain-lain

Atraksi wisata, bersifat dinamis, mencerminkan adanya gerak, tidak terikat tempat (dapat berpindah) dan tidak dapat dijamah (intangible). Contoh, atraksi asli (ada atau tidak ada tourist akan berlangsung seperti apa adanya): seperti adat istiadat, pakaian tradisional, arsitektur khas/daerah, kebiasaan dan pola hidup, gaya hidup, bahasa, suasana keakraban dan keramahan masyarakat. daya tarik suatu objek wisata berdasarkan:

- a) Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih
- b) Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya
- c) Adanya ciri khusus/prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir
- d) Adanya sarana/prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir
- e) Punya daya tarik wisata tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, keindahan alam, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.

Komponen Daerah Tujuan Wisata

- Atraksi (attraction)
- Fasilitas (amenities)
- Pendukung (access)
- pelayanan (ancillary services)

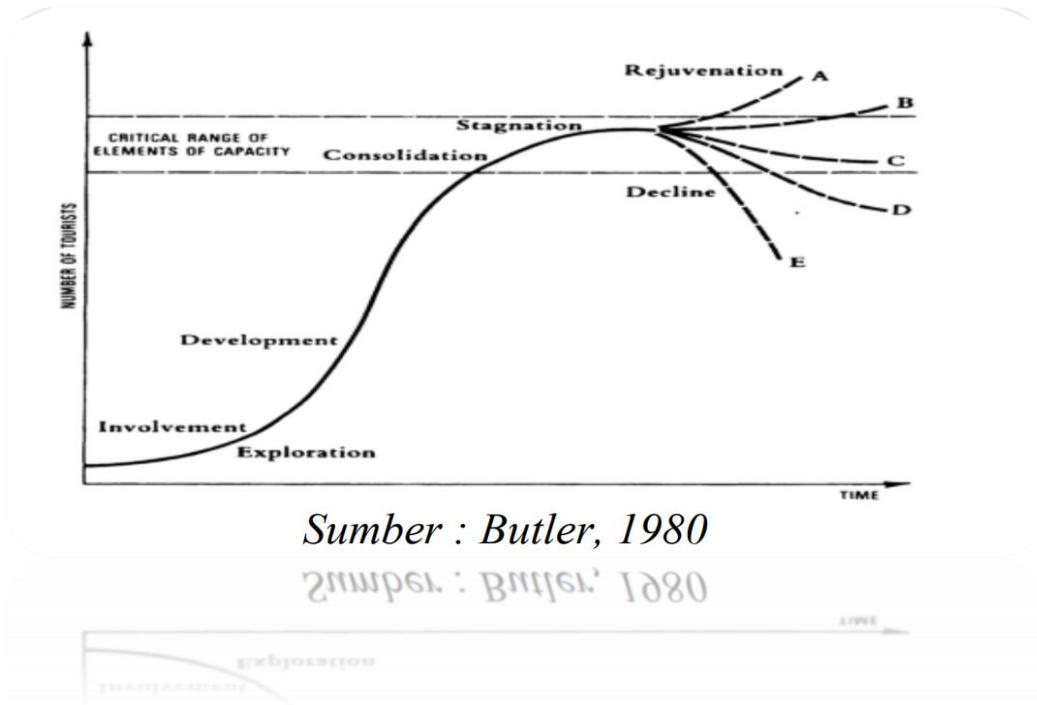
Destination Management Organization (DMO)

(10 A's for Successful Tourism Destinations; Morrison, A.M. – 2013)

1. Kesadaran (Awareness)
2. Daya pikat (Attractiveness)
3. Ketersediaan (Availability)
4. Akses (Access)
5. Apresiasi (Appreciation)
6. Jaminan (Assurance)
7. Aktivitas (Activities)
8. Penampilan (Appearance)
9. Tindakan (Action)
10. Akuntabilitas (Accountability)

Destinasi wisata merupakan tempat dengan bentuk yang memiliki batasan nyata atau berdasarkan persepsi, baik berupa batasan secara fisik (pulau), secara politik, atau berdasarkan pasar.

Siklus Hidup Daerah Tujuan Pariwisata (Tourism Area Life Cycle)



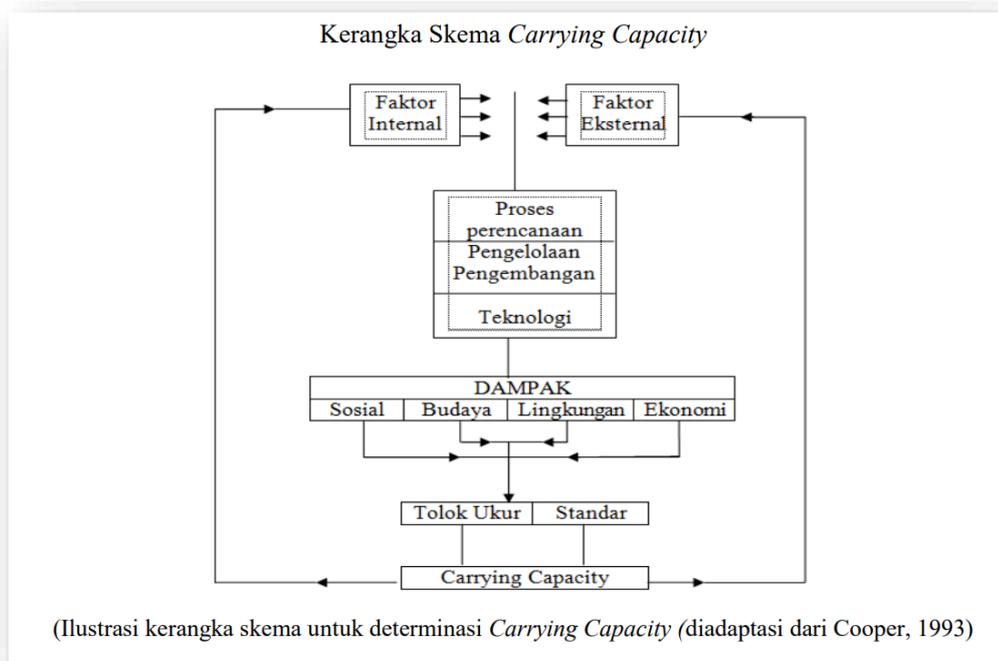
Model Index of Irritation

Tahapan Index of Irritation

Tahap Pengembangan	Keterangan
Euforia	Masyarakat sangat antusias terhadap perkembangan kepariwisataan di daerahnya dan menerima wisatawan dengan baik, karena menghasilkan peluang peningkatan pendapatan
Apathy (kelesuan)	Ketika industri pariwisata berkembang, maka masyarakat menjadi objek untuk mendapatkan keuntungan. Kemudian antara industri dan masyarakat menjadi lebih formal
Iritasi	Merupakan tahap kejenuhan dan masyarakat lokal tidak dapat lagi menanganinya tanpa memperluas fasilitas pariwisata yang ada
Antagonisme	Iritasi menjadi semakin terbuka dan masyarakat melihat wisatawan sebagai penyebab semua permasalahan yang timbul. Wisatawan dianggap menyebabkan naiknya pajak, tidak menghargai properti masyarakat, merusak hal-hal yang baik di kota dan sebagainya
Tingkat akhir	Masyarakat sudah melupakan bahwa mereka pernah memiliki masa-masa indah dengan pariwisata pada awalnya. Namun, kerusakan lingkungan telah terjadi dan mereka mungkin masih dapat mengembangkan pariwisatanya, akan tetapi berbeda seperti pada awalnya

Sumber : Doxey, G.V (1975:195)

Daya Dukung Lingkungan Kepariwisata



Soal Latihan:

1. Jelaskan pengertian dari destinasi wisata?
2. Sebutkan unsur pokok yang harus mendapatkan perhatian wisatawan?
3. Jelaskan apa yang membedakan antara obyek wisata dan atraksi wisata?
4. Jelaskan mengenai siklus hidup daerah tujuan pariwisata (Tourism Area Life Cycle)?
5. Sebutkan daya dukung lingkungan pariwisata?

BAB VII

KLASIFIKASI JASA PARIWISATA DALAM HUBUNGAN INTERNASIONAL

Pariwisata merupakan sektor yang berpotensi untuk di kembangkan dan berkomponen dalam bidang industri yang dapat membantu manyumbang terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini terdapat sebuah potensi tentang perkembangan pariwisata internasional yang dapat menjadi strategis untuk pembangunan ekonomi negara berkembang maupun negara maju. Pada tahun 1970, World Tourism Organization (WTO) menyetujui dan organisasi lainnya dalam bertanggung jawab terhadap pada isu-isu pariwisata.

Menurut letak geografis di mana kegiatan pariwisata berkembang, jenis-jenis pariwisata dibedakan menjadi

- Pariwisata lokal (local tourism) yaitu jenis kepariwisataan yang ruang lingkupnya lebih sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja. Misalnya kepariwisataan kota Denpasar, kepariwisataan kota Bandung.
- Pariwisata regional (regional tourism) yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, dapat regional dalam lingkungan nasional dan dapat pula regional dalam ruang lingkup internasional. Misalnya kepariwisataan Bali, Yogyakarta, dan lain-lain.
- Pariwisata nasional (national tourism) yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, di mana para pesertanya tidak saja terdiri dari warga negaranya sendiri tetapi juga orang asing yang terdiam di negara tersebut. Misalnya kepariwisataan yang ada di daerah-daerah dalam satu wilayah Indonesia.
- Pariwisata regional-internasional yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut. Misalnya kepariwisataan ASEAN.

- Pariwisata internasional (International tourism) yaitu kegiatan kepariwisataan yang terdapat atau dikembangkan di banyak negara di dunia.

Wisatawan nusantara (wisnus) yang digunakan pada penelitian ini adalah penduduk Indonesia yang melaksanakan perjalanan dalam wilayah Indonesia secara sukarela kurang dari 6 bulan, dan bukan untuk tujuan bersekolah atau bekerja (memperoleh upah/gaji).

Wisatawan Mancanegara adalah setiap pengunjung yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi dan lamanya kunjungan tersebut tidak lebih dari 12 (dua belas) bulan

Mengapa pariwisata berkembang pesat?

Majunya teknologi transportasi, Majunya teknologi Komunikasi, Majunya peronomian dunia, Majunya kesehatan, Semakin besarnya masa liburan, Terciptanya perdamaian.

A. Pariwisata dalam perekonomian

Banyak memasukkan devisa, membuka banyak lapangan kerja, pemerataan pembangunan. Dengan besarnya dampak dunia pariwisata terhadap ekonomi suatu bangsa atau negara maka setiap negara wajib membuat kebijakan untuk memajukan dunia pariwisata dengan berbagai macam cara. Kebijakan yang ada di Indonesia

- Membuat UU tentang pariwisata
 - Pembentukan lembaga-lembaga pariwisata
 - Kebijakan bebas visa
 - Mengadakan hari libur bersama
- Jenis-Jenis Usaha Pariwisata Berdasarkan UU Pariwisata Usaha jasa pariwisata
1. Jasa biro perjalanan wisata
 2. Jasa Agen Perjalan Pariwisata
 3. Jasa Pramuwisata

4. Jasa Konsultan Pariwisata
 5. Jasa Informasi Pariwisata
-
- Usaha ODTW (Objek Dan Daya Tarik Wisata)
 1. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam
 2. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya
 3. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus

 - Usaha Sarana wisata
 1. Penyediaan akomodasi
 2. Penyediaan makanan dan minuman
 3. Penyediaan angkutan wisata
 4. Penyediaan sarana wisata tirta
 5. Kawasan wisata

 - Indikator keberhasilan sektor pariwisata
 1. Dapat memasukkan devisa
 2. Membuka lapangan lapangan kerja
 3. Pemerataan pembangunan di daerah
 4. Tidak merusak lingkungan

 - Target pengembangan Pariwisata
 1. Menarik sebanyak mungkin wisatawan berkunjung
 2. Mengusahakan agar wisatawan tinggal lama
 3. Mengusahakan agar wisatawan banyak belanja
 4. Mengusahakan agar wisatawan yg berkunjung dapat mempromisikan kembali

Latihan Soal:

1. Sebutkan jenis-jenis pariwisata dibedakan menjadi?
2. Jelaskan pengertian dari wisatawan nusantara?
3. Jelaskan pengertian dari wisatawan mancanegara?
4. Sebutkan jenis-jenis usaha pariwisata berdasarkan UU Pariwisata?
5. Apasaja indikator keberhasilan sektor pariwisata?

BAB VIII

DAMPAK PENGEMBANGAN PARIWISATAAN

Pariwisata dapat memberikan dampak yang besar pada suatu wilayah & tentunya daerah tujuan wisata (DTW). Bila dilakukan dengan benar dan tepat maka pariwisata dapat memaksimalkan keuntungan dan dapat meminimalkan permasalahan.

Dampak Kepariwisataan:

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (1994), Dampak pengaruh kuat yang mendatangkan akibat (baik negatif maupun positif),

secara ekonomi, Dampak pengaruh suatu penyelenggaraan kegiatan terhadap perekonomian; yaitu dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Secara sosial mendatangkan akibat atau melanggar; menumbuk; membentur aturan aturan yg sudah baik menjadi rusak

A. DAMPAK EKONOMI

Dampak positif atau pentingnya pariwisata dalam suatu negara dalam bidang ekonomi (The Importance of Tourism) :

1. Penghasil devisa
2. Kontribusi untuk pembayaran
3. Penyebaran pembangunan
4. Efek pada pembangunan ekonomi secara umum
5. Kesempatan kerja
6. Manfaat Sosial
7. Signifikansi Pendidikan
8. Nilai Politik

Dampak negatif pariwisata terhadap bidang ekonomi :

1. Inflasi lokal, pelonjakan harga barang-barang kebutuhan warga setempat.

2. Lebih menguntungkan para pemborong/pengusaha besar dari pada pengusaha kecil.
3. Mendorong gaya hidup konsumtif.
4. Menimbulkan rasa iri penduduk setempat karena daya beli yang kurang.

B.SOSIAL BUDAYA

Dampak positif:

1. Terpeliharanya monument yang menyimpan nilai-nilai budaya dan tempat-tempat bersejarah
2. Terpeliharanya kebudayaan tradisional, seni, tarian, adat istiadat dan cara berpakaian

Dampak negatif pariwisata terhadap bidang sosial budaya:

1. Timbulnya kegiatan-kegiatan yang tidak diinginkan yang bertentangan dengan adat istiadat, budaya, cara hidup ketimuran dan agama penduduk setempat.
2. Demonstration effect (keinginan meniru yang berlebih-lebihan).
3. Ketegangan rasial.
4. Pelunturan budaya nasional.
5. Komersialisasi budaya.

C.POLITIK

Dampak Positif:

Memelihara hubungan baik internasional dalam pengembangan pariwisata mancanegara terjadi saling kunjungan antar bangsa sebagai wisatawan

Dampak negatif pariwisata terhadap bidang ideologi/politik:

1. Penyusupan ideologi yang bertentangan dengan Pancasila.
2. Kegiatan terlarang

3. Kerawanan politik.
4. Terorisme, makar, demonstrasi-demonstrasi yang merusak stabilitas nasional (keamanan).

D. Lingkungan

Dampak positif

- a. Terpeliharanya kebersihan alam lingkungan untuk menarik datangnya wisatawan
- b. Terjaganya keistimewaan lingkungan, seperti hutan, pantai, hewan serta pemandangan alam

Dampak Negatif lingkungan dari pariwisata:

1. Polusi akibat lalu lintas yang padat.
2. Dampak ekologi pariwisata.
3. Kerusakan pada lingkungan pedesaan karena sejumlah besar turis (Flora, fauna dan keindahan alam lainnya).
4. Pelanggaran atas ketentuan lahan dan perencanaan lahan.

E. Alasan Untuk Tumbuh Dari Pariwisata

- Meningkatnya pendapatan dan distribusi pendapatan yang lebih luas.
- Meningkatkan waktu luang (hari kerja lebih pendek).
- Transportasi dan teknologi komunikasi.
- Tingkat pendidikan yang lebih tinggi.
- Penurunan biaya perjalanan (paket tur, harga khusus, tarif diskon, bonus / insentif / hadiah).
- Tingkat urbanisasi, lokasi geografis dan ukuran negara.

F. Usaha-usaha Menanggulangi Dampak Negatif Pariwisata

Dalam menanggulangi dampak-dampak negatif pariwisata, pemerintah melakukan penyuluhan-penyuluhan, baik di tingkat pusat maupun daerah, hal ini sangat penting agar masyarakat tahu manfaat-manfaat pariwisata dan dampak-

dampak baik ataupun tidak baik yang dapat ditimbulkan dengan berkembangnya pariwisata, sehingga masyarakat waspada dalam menghadapi dampak-dampak yang akan terjadi. Penyuluhan dapat pula dilakukan melalui tokoh masyarakat, media cetak atau elektronik.

Latihan Soal:

1. Sebutkan dan jelaskan mengenai dampak perkembangan pariwisata?
2. Jelaskan dampak pariwisata dari sudut pandang ekonomi?
3. Jelaskan dampak pariwisata dari sudut pandang sosial budaya?
4. Jelaskan dampak pariwisata dari sudut pandang politik?
5. Sebutkan contoh usaha dalam menanggulangi dampak negative pariwisata?

BAB IX

DAMPAK GLOBALISASI TERHADAP PEMBANGUNAN PARIWISATA

A. Dampak Terhadap Pembangunan Usaha Pariwisata

Dinamika perkembangan ekonomi merambah keseluruhan plosok dunia, ekonomi dunia dikuasai oleh kekuatan pasar bebas dengan/ perusahaan-perusahaan transnasional sebagai pelaku utama. Perusahaan transnasional tersebut bebas masuk kepasar mana saja diseluruh dunia dan tidak terikat pada negara manapun. Sistem globalisasi lebih banyak menguntungkan negara kapitalis dengan kekuatan modal dan teknologinya. Globalisasi tetap memberi peluang bagi strategi dan langkah-langkah politik di tingkat nasional dan internasional untuk mengendalikan ekonomi pasar guna mencapai tujuan-tujuan sosial. Peningkatan perdagangan dunia yang diharapkan akan mengakibatkan perekonomian dunia dan pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan dunia

B. Penerapan Sistem Perdagangan Bebas Membawa Berbagai Pengaruh

Meningkatnya ketidak pastian dan persaingan dalam hubungan ekonomi, moneter dan perdagangan antar bangsa mendorong makin gigihnya upaya berbagai negara untuk mengusahakan kepentingan nasionalnya masingmasing dengan segala cara. Kegiatan ekspor terkait erat dengan kegiatan produksi, distribusi perdagangan dalam negeri dan berbagai kegiatan penunjangnya, maka penyempurnaan dan kemudian penguasaan serta pemasyarakatan dan *enforcement* mengenai peraturan perundang-undangan dalam kegiatan ini harus ditingkatkan untuk menjaga kelangsungan usaha. Penyempurnaan atau penyusunan aturan perundangundangan yang menyangkut aturan main serta perlindungan para pelaku dunia usaha yang besar, menengah dan kecil, BUMN, swasta dan koperasi serta konsumen harus dilaksanakan

C. Pengaruh lain dengan keikutsertaan Indonesia

Terbukanya peluang pasar internasional yang lebih luas, disamping menyediakan kerangka perlindungan multilateral yang lebih baik bagi kepentingan nasional dalam perdagangan internasional khususnya dalam menghadapi mitra dagang.

Globalisasi disatu sisi akan dapat memperluas pasar industri pariwisata, disisi lain sebagai tantangan dalam menghadapi pesaing dari negara yang lebih maju dan lebih siap untuk berkompetisi

D. Dampak Terhadap Pembangunan Hukum Pariwisata

Pengembangan Hukum Pariwisata terlihat dari adanya pengkajian-pengkajian Hukum Pariwisata baik melalui penelitian, seminar ataupun melalui lokakarya dalam rangka mendapatkan masukan-masukan dalam rangka perancangan naskah-naskah akademik perundang-undangan baru ataupun perubahan-perubahan perundang-undangan di bidang pariwisata dalam rangka mengantisipasi era globalisasi perdagangan jasa di bidang pariwisata. Pengembangan hukum tersebut diikuti pula dengan pengembangan sumber daya manusia yang melaksanakan hukum tersebut dengan memberikan pendidikan dan pelatihan hukum

E. Dampak Terhadap Perkembangan Masyarakat

Timbul kemajuan dalam ekonomi, terutama bagi negara atau daerah berkembang. Peningkatan ekonomi yang begitu pesat juga terjadi dengan berbagai keuntungan dan kerugian

1. Dampak Positif Pariwisata Terhadap Perkembangan Masyarakat

- a) Adanya investor yang membuka lapangan kerja bagi penduduk setempat di bidang pariwisata, seperti: Pembangunan hotel, restoran, dll

- b) Dibangunnya fasilitas dan infrastruktur yang lebih baik demi kenyamanan para wisatawan yang juga secara langsung dan tidak langsung bisa dipergunakan oleh penduduk setempat, seperti: akses jalan, penerangan, dll
- c) Mendorong seseorang untuk membuka lapangan kerja untuk kebutuhan wisatawan, seperti: kerajinan tangan (hand made), home industry berupa makanan khas setempat
- d) Meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, seperti: pekerja lepas
- e) Meningkatnya pergaulan baik nasional maupun internasional, seperti: pertukaran pelajar.

2. Dampak Negatif Pariwisata Terhadap Perkembangan Masyarakat

- a) Dengan adanya pariwisata yang dapat menyerap tenaga kerja maka daerah tujuan wisata itu pun menjadi daerah tujuan pencari kerja yang menyebabkan meningkatnya jumlah penduduk, sehingga terjadi gesekan antara penduduk pendatang dan masyarakat setempat, yang membuat ketakutan bagi masyarakat setempat.
- b) Perubahan pola pikir masyarakat, dimana wisatawan akan membawa kebiasaan dan budaya ke tujuan wisata yang mengakibatkan akulturasi pemikiran masyarakat, sebagai salah satu contoh, maraknya tingginya kasus phedophilia di daerah wisata.
- c) Terjadi ketimpangan daerah dan memburuknya kesenjangan pendapatan antara beberapa kelompok masyarakat.

Latihan Soal:

1. Sebutkan dan jelaskan mengenai dampak dari Globalisasi Pariwisata?
2. Sebutkan dan jelaskan pengaruh adanya sistem perdagangan bebas?
3. Apasaja dampak terhadap pembangunan hukum terhadap sektor pariwisata?
4. Sebutkan dampak positif pariwisata terhadap perkembangan masyarakat?
5. Sebutkan dampak negatif pariwisata terhadap perkembangan masyarakat?

BAB X

PROSPEK PARIWISATA KE DEPAN

Perkembangan Pariwisata

- a. Jumlah penduduk yang bertambah terus dari waktu ke waktu
- b. Pendapatan perkapita penduduk semakin lama semakin meningkat
- c. Tingkat mobilitas penduduk yang semakin lama semakin tinggi
- d. Ada kecenderungan jumlah penduduk kelompok umur remaja dan muda semakin lama semakin tinggi

A. Pariwisata dan Teknologi Informasi

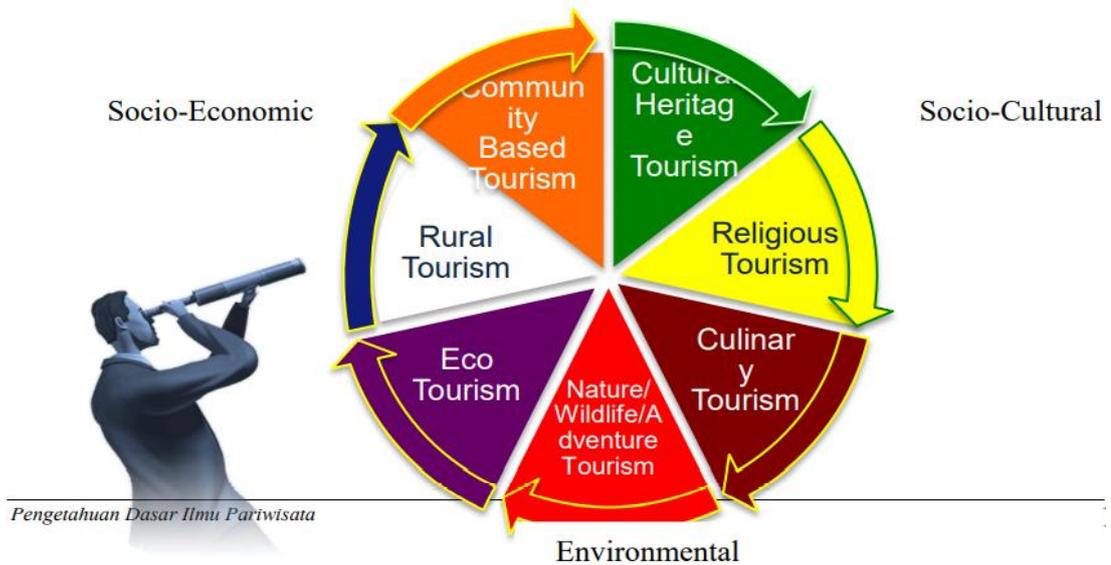
Dalam hubungannya dengan pariwisata, kemajuan yang dicapai dalam dunia teknologi sangatlah menentukan. Sebagai halnya dengan kehidupan modern, pariwisata tidak bisa dipisahkan dengan teknologi, atau dengan perkataan lain seperti, perkembangan kemajuan industri pariwisata adalah tergantung sebagian besar atas tercapainya kemajuan dalam dunia teknologi. Perubahan Dalam Pariwisata dalam penggerak perubahan itu baik berasal dari luar pariwisata (outside control of tourism) maupun perubahan secara alami dari sistem pariwisata itu sendiri, faktor demografi dan trend sosial, perkembangan sosial politik, perkembangan transportasi, pengaruh dan trend lain. variabel lain yang mempengaruhi pariwisata ke depan seperti wisatawan baru pengembangan pariwisata berkelanjutan. kegiatan wisata dianggap berkelanjutan apabila memenuhi syarat yaitu:

- Secara ekologis berkelanjutan, yaitu pembangunan pariwisata tidak menimbulkan efek negatif bagi ekosistem setempat.
- Secara sosial dapat diterima, yaitu mengacu pada kemampuan penduduk lokal untuk menyerap usaha pariwisata (industri dan wisatawan) tanpa menimbulkan konflik sosial.
- Secara kebudayaan dapat diterima, yaitu masyarakat lokal mampu beradaptasi dengan budaya wisatawan yang cukup berbeda (wisatawan culture).

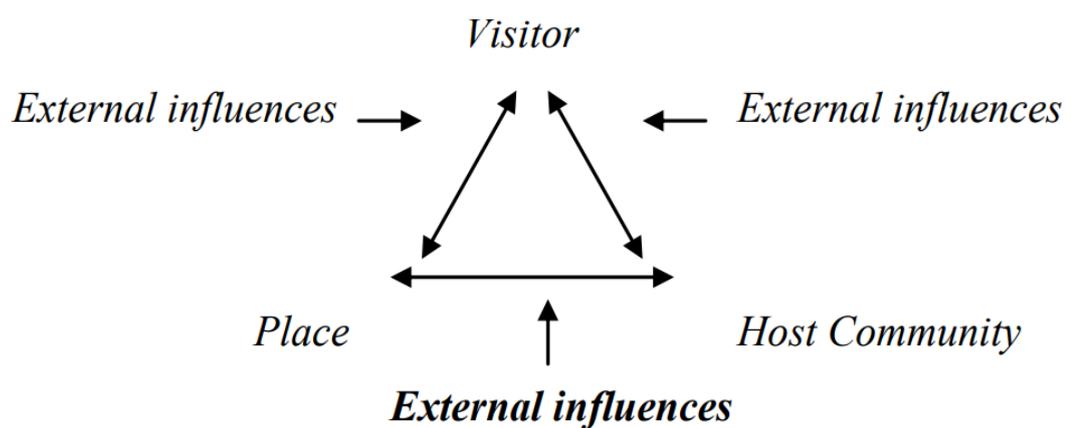
- Secara ekonomis menguntungkan, yaitu keuntungan yang didapat dari kegiatan pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pergeseran Pola Motivasi Perjalanan Wisata

(Sumber: Azahari, 2012)



B. Model Sustainable Tourism Development



(Sumber : *Burn dan Holden, 1997*)

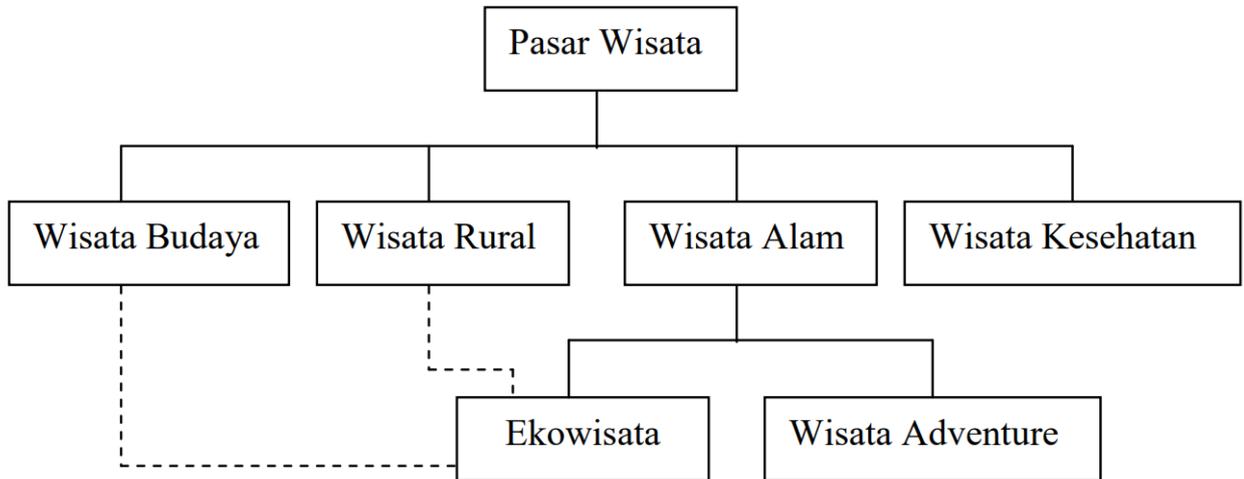
Prinsip-Prinsip Yang Menjadi Acuan Dalam Sustainable Tourism Development
Terdiri dari:

- Lingkungan memiliki nilai hakiki yang juga bisa sebagai aset pariwisata. Pemanfaatannya bukan hanya untuk kepentingan pendek, namun juga untuk kepentingan generasi mendatang.
- Pariwisata harus diperkenalkan sebagai aktivitas yang positif dengan memberikan keuntungan bersama kepada masyarakat, lingkungan dan wisatawan itu sendiri.
- Hubungan antara pariwisata dan lingkungan harus dikelola sehingga lingkungan tersebut berkelanjutan untuk jangka panjang.
- Aktivitas pariwisata dan pembangunan harus peduli terhadap skala/ukuran alam dan karakter tempat dimana kegiatan tersebut dilakukan.
- Pada lokasi lainnya, keharmonisan harus dibangun antara kebutuhan-kebutuhan wisatawan, tempat/lingkungan, dan masyarakat lokal.

Kegiatan Wisata Yang Dianggap Sebagai Kegiatan Pariwisata Berkelanjutan, **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.

- a) Ekowisata (Ecotourism)
- b) Ekowisata dari segi konsep
- c) Ekowisata dari segi pasar
- d) Agrowisata (agrotourism)
- e) Wisata Alam (Natural Tourist Attraction)

Produk Ekowisata Dalam Pasar Wisata



(Sumber : Wood, 2002)

C. Pariwisata Hijau (Green Tourism)

Sebagai kegiatan wisata ke daerah alam yang relatif tidak terganggu dengan tujuan spesifik belajar, mengagumi dan menikmati pemandangan yang ada (Ceballos Lascurain, 1987)

Perjalanan bertanggung jawab ke daerah alami yang melestarikan lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (The Green Tourism International Society, 1990)

Wisata ke daerah alami untuk memahami budaya, dan alam lingkungan, tidak mengubah integritas ekosistem, sambil menghasilkan peluang ekonomi dan konservasi sumber daya alam yang bermanfaat bagi masyarakat setempat (McCormick, 1994)

D. Karakteristik Bisnis Green Tourism

- a) Teknik rekreasi yang memiliki dampak yang rendah pada sumber daya alami di kawasan lindung.
- b) Melibatkan stakeholder (individu, masyarakat, turis, tur operator, dan lembaga pemerintah)
- c) Batas kunjungan ke daerah-daerah, baik dengan membatasi ukuran kelompok dan/atau dengan jumlah kelompok yang dibawa ke suatu daerah dalam satu musim
- d) Mendukung pekerjaan kelompok konservasi lingkungan dalam melestarikan alam di daerah
- e) Mengarahkan pelanggan pada wilayah yang akan dikunjungi
- f) Mempekerjakan masyarakat lokal dan membeli produk local
- g) Mengakui bahwa alam merupakan elemen penting bagi pengalaman berwisata
- h) Menggunakan pemandu yang terlatih dalam menginterpretasikan sejarah secara alamiah atau alami

E. Aplikasi Pariwisata Yang Bertanggung Jawab Meliputi Kualifikasi

- a) Meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan sosial
- b) Menghasilkan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat
- c) Melibatkan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka dan kesempatan hidup yang lebih baik
- d) Membuat kontribusi positif terhadap pelestarian alam, warisan budaya, dan pemeliharaan keanekaragaman hayati
- e) Menyediakan pengalaman lebih menyenangkan bagi wisatawan melalui koneksi yang lebih bermakna dengan orang-orang lokal (host)
- f) Menyediakan akses bagi para penyandang cacat
- g) Membangun sensitivitas budaya, menimbulkan rasa hormat antara wisatawan dan tuan rumah, serta membangun kebanggaan lokal dan kepercayaan diri.

F. Village Tourism (Pariwisata Perdesaan)

- a. Atraksi wisata; yaitu semua yang mencakup alam, budaya dan hasil ciptaan manusia. Jarak tempuh; adalah jarak tempuh dari kawasan wisata terutama tempat t t tinggalwisatawan dan juga jarak tempuh dari ibukota provinsi dan jarak dari ibukota kabupaten
- b. Besaran desa; menyangkut masalah-masalah jumlah rumah, jumlah penduduk, karakteristik dan luas wilayah desa. Kriteria ini berkaitan dengan daya dukung kepariwisataan pada suatu desa
- c. Sistem kepercayaan dan kemasyarakatan; merupakan aspek penting mengingat adanya aturan-aturan yang khusus pada komunitas sebuah desa
- d. Ketersediaan infrastruktur; meliputi fasilitas dan pelayanan transportasi, fasilitas listrik, air bersih, drainase, telepon dan sebagainya.

G. Manfaat Ganda Dari Pembangunan Desa Wisata

- 1) Ekonomi: Meningkatkan perekonomian nasional, regional, dan masyarakat local
- 2) Sosial: Membuka lapangan kerja dan lapangan berusaha bagi masyarakat di desa
- 3) Politik Internasional: Menjembatani perdamaian antar bangsa di dunia. * Nasional: Memperkokoh persatuan bangsa, mengatasi disintegrasi
- 4) Pendidikan: Memperluas wawasan dan cara berfikir orang-orang desa, mendidik cara hidup bersih dan sehat
- 5) Ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK): Meningkatkan ilmu dan teknologi bidang kepariwisataan.
- 6) Sosial budaya: Menggali dan mengembangkan kesenian serta kebudayaan asli daerah yang hampir punah untuk dilestarikan kembali.

- 7) Lingkungan: Menggugah sadar lingkungan, yaitu menyadarkan masyarakat akan arti pentingnya memelihara dan melestarikan lingkungan bagi kehidupan manusia kini dan di masa datang

Untuk suksesnya pembangunan desa wisata, perlu ditempuh upaya-upaya yaitu, pembangunan sumber daya manusia (sdm), kemitraan, kegiatan pemerintahan di desa, promosi, festival / pertandingan, membina organisasi warga, kerjasama dengan universitas. Fasilitas Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) di suatu desa wisata:

- a) Eco-lodge: Renovasi homestay agar memenuhi persyaratan akomodasi wisatawan, atau membangun guest house berupa, bamboo house, traditional house, log house, dan lain sebagainya.
- b) Eco-recreation: Kegiatan pertanian, pertunjukan kesenian lokal, memancing ikan di kolam, jalan-jalan di desa (hiking), biking di desa dan lain sebagainya
- c) Eco-education: Mendidik wisatawan mengenai pendidikan lingkungan dan memperkenalkan flora dan fauna yang ada di desa yang bersangkutan
- d) Eco-research: Meneliti flora dan fauna yang ada di desa, dan mengembangkan produk yang dihasilkan di desa, serta meneliti keadaan sosial ekonomi dan budaya masyarakat di desa tersebut, dan sebagainya.
- e) Eco-energy: Membangun sumber energi tenaga surya atau tenaga air untuk Eco-lodge
- f) Eco-development: Menanam jenis-jenis pohon yang buahnya untuk makanan burung atau binatang liar, tanaman hias, tanaman obat, dan lain-lain, agar bertambah populasinya
- g) Eco-promotion: Promosi lewat media cetak atau elektronik, dengan mengundang wartawan untuk meliput mempromosikan kegiatan desa wisata.

Latihan Soal:

1. Jelaskan perkembangan pariwisata di Indonesia?
2. Jelaskan keterkaitam antara pariwisata dan teknologi informasi?
3. Jelaskan mengenai Sustainable Tourism Development?
4. Jelaskan mengenai Karakteristik Bisnis Green Tourism?
5. Sebutkan manfaat dari Pembangunan Desa Wisata?

BAB XI

KONEKTIVITAS PEMBANGUNAN KEPARIWISATA

A. STRATEGI PEMBANGUNAN

Norma pembangunan kabinet kerja:

1. Membangun untuk manusia dan masyarakat
2. Upaya peningkatan kesejahteraan, kemakmuran, produktivitas tidak boleh menciptakan ketimpangan yang makin melebar.
3. Perhatian khusus diberikan kepada peningkatan produktivitas rakyat lapisan menengah-bawah, tanpa menghalangi menghambat mengecilkan dan mengurangi keleluasaan pelaku-pelaku besar untuk terusmenjad agen pertumbuhan
4. Aktivitas pembangunan tidak boleh merusak, menurunkan daya dukung lingkungan dan keseimbangan ekosistem.

Ada tiga dimensi pembangunan

- 1) Dimensi pemanbungan manusia
 - a) Pendidikan
 - b) Kesehatan
 - c) Perumahan
 - d) Mental atau karakter
- 2) Dimensi pembangunan sektor unggulan
 - a) Kedaulatan pangan
 - b) Kedaulatan enegi dan ketenagalistrikan
 - c) Kemaritiman dan kelautan
 - d) Pariwiata dan industri
- 3) Dimensi pemerataan dan kewilyahan
 - a) Antar kelompok pendapatan
 - b) Antar wilayah, desa, pinggiran, luar jawa, kawasan timur

Kondisi seperti ini suatu negara itu memerlukan adanya kepastian dan penegakan hukum, keamanan dan ketertiban, politik dan demokrasi, tata kelola dan RB.

BUKU I RPJMN 2015-2019

I. SASARAN

URAIAN SASARAN		Baseline 2014 *)	2019
1	Kontribusi terhadap PDB Nasional	4,0 %	9,2 %
2	Wisatawan Mancanegara (Orang)	9,3 juta	20,0 juta
3	Wisatawan Nusantara (Kunjungan)	251 juta	275 juta
4	Devisa (Milliar USD)	10,69	20

II. SASARAN PEMBANGUNAN

Meningkatnya usaha lokal dalam industri pariwisata dan meningkatnya jumlah tenaga kerja lokal yang tersertifikasi.

RKP 2017 -2018

SASARAN PEMBANGUNAN PARIWISATA									
NO	URAIAN SASARAN	BASELINE 2014*)		2015	2016	2017	2018	2019	
1	Kontribusi	4,2	%	n.a	n.a	n.a	n.a	8,0	%

	bus i terh ada p PD B Nas ion al												
2	Wis ata wa n Ma nca neg ara (ora ng)	9,3	Juta	9,7	Juta	12, 0	Juta	15, 0	Juta	18, 0	Juta	20, 0	Juta
3	Wis ata wa n Nus ant ara n (ku nju	250	Juta	255	Juta	260	Juta	265	Juta	270	Juta	275	Juta

	ngan)												
4	Devisa (Rp Triliun)	120,0	150	172,8	185,9	217,5	260,0						

B. PEMBANGUNAN PARIWISATA INDONESIA DALAM RKP 2017ah

1. Pemasaran Pariwisata Nasional: Mendatangkan sebanyak mungkin wisatawan manca negara dan mendorong peningkatan wisatawan mancanegara;
2. Pembangunan Destinasi Pariwisata: meningkatkan daya tarik daerah tujuan wisata sehingga berdaya saing di dalam negeri dan di luar negeri;
3. Pembangunan Industri Pariwisata: meningkatkan partisipasi usaha lokal dalam industri pariwisata nasional serta meningkatkan keragaman dan daya saing produk/jasa pariwisata nasional di setiap destinasi pariwisata yang menjadi fokus pemasaran;
4. Pembangunan Kelembagaan Pariwisata: membangun sumber daya manusia pariwisata serta organisasi kepariwisataan nasional.

Kebijakan terkait revolusi mental akan Membentuk masyarakat yang ramah dan lingkungannya yang nyaman bagi pelancong, Petugas yang ramah dan melayani, Penegakan hukum dan disiplin.

C. Pembagian Kewenangan

(Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan)

PEMERINTAH PUSAT	PEMERINTAH DAERAH PROVINSI	PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN/KOTA
1. Menyusun dan menetapkan RIPPARNAS.	1. Menyusun dan menetapkan RIPPARPROV.	1. Menyusun dan menetapkan RIPPARKAB/KOTA.
2. Mengoordinasikan pembangunan kepariwisataan lintas sektor dan lintas provinsi.	2. Mengoordinasikan penyelenggaraan kepariwisataan di wilayahnya.	2. Mengatur penyelenggaraan dan pengelolaan kepariwisataan di daerahnya.
	3. Melaksanakan pendaftaran, pencatatan, dan pendataan pendaftaran usaha pariwisata.	3. Melaksanakan pendaftaran, pencatatan, dan pendataan pendaftaran usaha pariwisata.
3. Menetapkan daya tarik wisata nasional.	4. Menetapkan daya tarik wisata provinsi.	4. Menetapkan daya tarik wisata kab./kota.
		5. Memfasilitasi pengembangan daya tarik wisata baru.
4. Menetapkan destinasi pariwisata nasional.	5. Menetapkan destinasi pariwisata provinsi.	6. Menetapkan destinasi pariwisata kab./kota.
5. Menyelenggarakan kerja sama internasional di bidang kepariwisataan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan.		

PEMERINTAH PUSAT	PEMERINTAH DAERAH PROVINSI	PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN/KOTA
6. Menetapkan norma, standar, pedoman, prosedur, kriteria, dan sistem pengawasan dalam penyelenggaraan kepariwisataan.		
7. Mengembangkan kebijakan pengembangan sumber daya manusia di bidang kepariwisataan.		
8. Memelihara, mengembangkan, dan melestarikan aset nasional yang menjadi daya tarik wisata dan aset potensial yang belum tergal.	6. Memelihara aset provinsi yang menjadi daya tarik wisata provinsi.	7. Memelihara dan melestarikan daya tarik wisata yang berada di wilayahnya.
9. Melakukan dan memfasilitasi promosi pariwisata nasional.	7. Memfasilitasi promosi destinasi pariwisata dan produk pariwisata yang berada di wilayahnya.	8. Memfasilitasi dan melakukan promosi destinasi pariwisata dan produk pariwisata yang berada di wilayahnya.
10. Memberikan kemudahan yang mendukung kunjungan wisatawan.		

PEMERINTAH PUSAT	PEMERINTAH DAERAH PROVINSI	PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN/KOTA
11. Memberikan informasi dan/atau peringatan diri yang berhubungan dengan keamanan dan keselamatan wisatawan.		
12. Meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan potensi pariwisata yang dimiliki masyarakat.		9. Memberikan bimbingan masyarakat sadar wisata.
13. Mengawasi, memantau, dan mengevaluasi penyelenggaraan kepariwisataan.		
		10. Menyelenggarakan pelatihan dan penelitian kepariwisataan dalam lingkup kabupaten/kota.
14. Mengalokasikan anggaran kepariwisataan.	8. Mengalokasikan anggaran kepariwisataan.	11. Mengalokasikan anggaran kepariwisataan.

D. Pembagian Urusan Pariwisata

(Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah)

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/KOTA
1	2	3	4	5
1.	Destinasi Pariwisata	a. Penetapan daya tarik wisata, kawasan strategis pariwisata, dan destinasi pariwisata. b. Pengelolaan daya tarik wisata nasional. c. Pengelolaan kawasan strategis pariwisata nasional. d. Pengelolaan destinasi pariwisata nasional. e. Penetapan tanda daftar usaha pariwisata lintas Daerah provinsi.	a. Pengelolaan daya tarik wisata provinsi. b. Pengelolaan kawasan strategis pariwisata provinsi. c. Pengelolaan destinasi pariwisata provinsi. d. Penetapan tanda daftar usaha pariwisata lintas Daerah kabupaten/kota dalam 1 (satu) Daerah provinsi.	a. Pengelolaan daya tarik wisata kabupaten/kota. b. Pengelolaan kawasan strategis pariwisata kabupaten/kota. c. Pengelolaan destinasi pariwisata kabupaten/kota. d. Penetapan tanda daftar usaha pariwisata kabupaten/kota.

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/KOTA
1	2	3	4	5
2.	Pemasaran Pariwisata	Pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata nasional.	Pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata provinsi.	Pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata kabupaten/kota.
3.	Pengembangan Ekonomi Kreatif melalui Pemanfaatan dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual	Pengembangan ekonomi kreatif nasional yang ditetapkan dengan kriteria.	Penyediaan sarana dan prasarana kota kreatif.	Penyediaan prasarana (zona kreatif/ruang kreatif/kota kreatif) sebagai ruang berekspresi, berpromosi dan berinteraksi bagi insan kreatif di Daerah kabupaten/kota.
4.	Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Pengembangan, penyelenggaraan dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat ahli.	Pelaksanaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat lanjutan.	Pelaksanaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat dasar.

Latihan Soal:

1. Bagaimana strategi pembangunan pariwisata saat ini di Indonesia?
2. Sebutkan tiga dimensi pembangunan Indonesia?
3. Sebutkan sasaran pembangunan Pariwisata Indonesia?
4. Bagaimana pembagian kewenangan pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan?
5. Bagaimana pembagian urusan pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan?

BAB XII

RENCANA PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN

A. LANDASAN PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN INDONESIA

Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan (UU kepariwisataan) menjadi landasan hukum atas kebebasan melakukan perjalanan dan memanfaatkan waktu luang dalam wujud berwisata yang merupakan bagian dari hak asasi manusia.

1. Asas Pembangunan Kepariwisata

- a) Manfaat seluas-luasnya bagi masyarakat
- b) Kekeluargaan
- c) Adil dan merata
- d) Keseimbangan antara daya dukung dan daya tampung
- e) Kemandirian
- f) Kelestarian
- g) Partisipasi
- h) Berkelanjutan
- i) Demokratis
- j) Kesetaraan
- k) kesatuan

2. Prinsip-prinsip Penyelenggaraan Kepariwisata

- a) Menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan.
- b) Menjunjung tinggi HAM, keragaman budaya, dan kearifan lokal
- c) Memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan dan proporsionalitas
- d) Memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup

- e) Memberdayakan masyarakat setempat
- f) Menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah, antara pusat dan daerah dan antar pemangku kepentingan
- g) Mematuhi kode etik kepariwisataan dunia
- h) Memperkukuh keutuhan NKRI

Penyelenggaraan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan daya tarik wisata dan destinasi di Indonesia, serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa. Pembangunan kepariwisataan dikembangkan dengan pendekatan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi untuk kesejahteraan rakyat dan pembangunan yang berorientasi pada pengembangan wilayah.

3. Cakupan Pembangunan Kepariwisata

Pembangunan kepariwisataan di Indonesia mencakup 4 pilar pembangunan kepariwisataan yakni, destinasi, pemasaran, industri dan kelembagaan. Keempat pilar tersebut merupakan upaya perwujudan asas pembangunan dengan memerhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata.

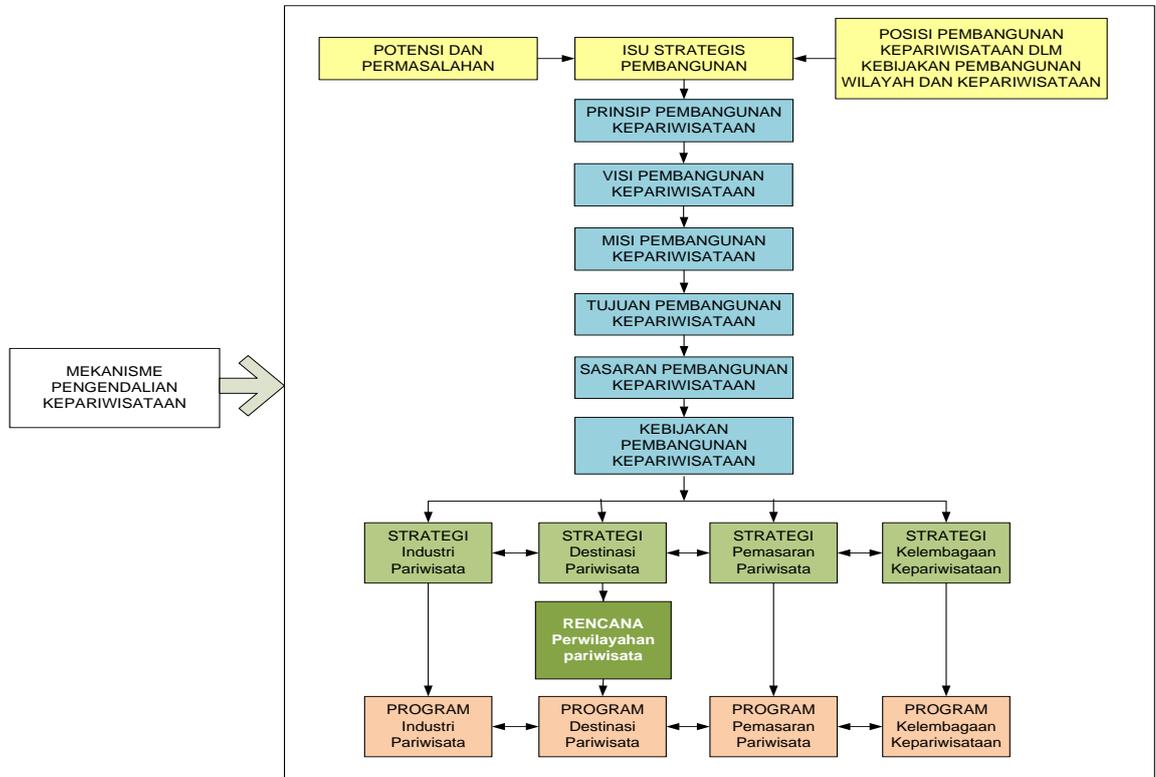
Pengembangan pariwisata harus dilihat dalam satu kesatuan upaya untuk memajukan pariwisata. Keempat pilar tak dapat berdiri sendiri karena satu dan lainnya saling memengaruhi semua aspek lain. Aspek kelembagaan dapat memengaruhi aspek lain. Pengembangan destinasi dan industri tentu akan berpengaruh terhadap pencapaian tujuan pemasaran.

B. KEBIJAKAN PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN

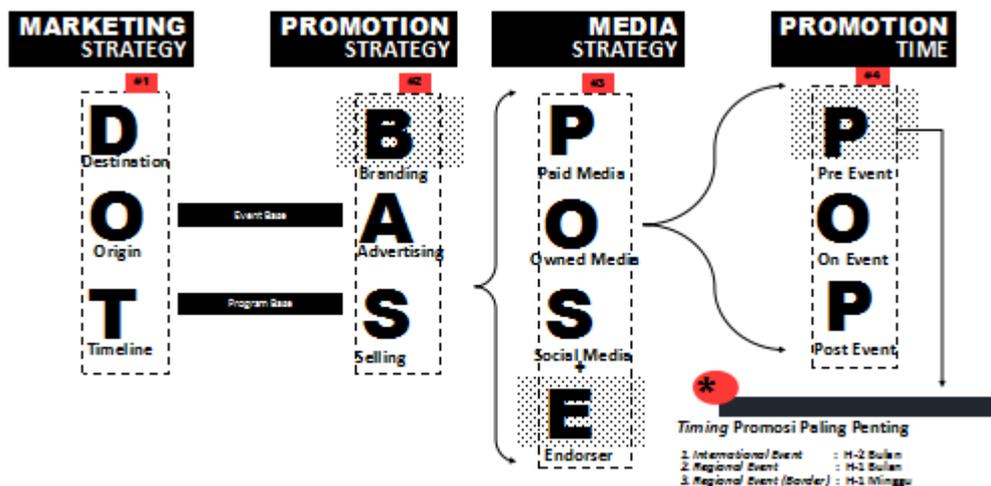
Arahan pembangunan yang dirumuskan dan ditetapkan untuk mencapai tujuan pembangunan keparriwisataan dengan memperhatikan karakteristik masing-masing daerah. Kebijakan dan perencanaan kepariwisataan seharusnya dapat berfungsi secara efektif sebagai arah pembangunan kepariwisataan suatu destinasi. Akan tetapi, pada kenyataannya banyak sekali konflik kepentingan di tingkat para pengambil keputusan pada saat mengimplementasikan kebijakan maupun perencanaan yang sudah dibuat. Berdasarkan visi dan misi, tujuan dan peraturan perundang-undangan berikut Fungsi adanya kebijakan pembangunan kepariwisataan yaitu;

1. Sebagai dasar dalam perumusan strategi pembangunan kepariwisataan
2. Memberikan arah bagi perumusan rencana pengembangan kawasan pariwisata
3. Memberikan arah bagi perumusan program pembangunan destinasi pariwisata, industry dan pemasaran pariwisata.

C. KERANGKA MUATAN RIPPAPROV DAN RIPPARKAB/KOTA



D. STRATEGI PEMASARAN



E. Implementasi Strategi Pemasaran Menurut Pendekatan ‘DOT’

1) DESTINATION (Destinasi)

Destination berkaitan dengan destinasi tujuan wisata yang dikunjungi oleh parawisatawan. Destinasi adalah produk pariwisata yang akan dipasarkan. Produk wisata yang baik adalah produk yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan parawisatawan. Pengembangan destinasi wisata bahari harus memperhatikan atribut produk dari wisata bahari. Mengapa demikian? Hal ini karena atribut produk adalah unsur-unsur dari suatu produk yang membuat orang mau membeli atau tidak membeli.

2) ORIGIN (Asal)

Origin berkaitan dengan daerah asal wisatawan. Pengetahuan tentang daerah asal wisatawan akan sangat membantu ketika akan memutuskan daerah yang akan dijadikan pasar sasaran kegiatan pemasaran. Kemampuan untuk mengetahui origin akan sangat membantu untuk memetakan profil pasar dari suatu daerah tertentu. Pengetahuan tentang profil merupakan pengetahuan tentang karakteristik pasar baik secara demografis, geografis maupun psikografis. Berdasarkan profil pasar tersebut akan memudahkan bagi pemasar pariwisata bahari ini untuk menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik wisatawan suatu daerah. Berdasarkan profil ini juga akan diketahui segmen geografis mana yang akan dijadikan sasaran dengan demografis tertentu dan psikografis yang tertentu pula.

3) TIME (Waktu)

Time berkaitan dengan waktu-waktu tertentu yang biasa digunakan oleh wisatawan untuk berlibur. Pengetahuan tentang time ini akan membantu pemasar wisata bahari untuk menjawab pertanyaan “kapan sebaiknya kami melakukan promosi wisata bahari?” Tidak semua wisatawan mempunyai waktu kapan saja dapat berwisata. Selain itu wisata bahari ini bersifat seasonal. Wisata bahari sangat seasonal karena tergantung dengan kondisi cuaca, ombak besar dan air pasang.

F. Implementasi Strategi Pemasaran Menurut Pendekatan ‘BAS’

1) Branding

Branding berkaitan dengan usaha untuk meningkatkan citra daerah tujuan wisata. Di dalam pemasaran berlaku hukum realitas bukan realitas, tetapi realitas adalah persepsi. Artinya adalah siapa yang dapat mempersepsikan produk wisata baharinya lebih segalanya dibanding yang lainnya maka dialah yang akan menang. Jadi pertarungan antar produk saat ini sebenarnya adalah pertarungan persepsi. Wisata bahari harus dikemas sedemikian rupa sehingga dicitrakan baik oleh para wisatawan. Branding wisata bahari dapat dilakukan dengan mendasarkan pada keindahan alamnya, keragaman aktivitas baharinya, sejarah, keterjangkauan harga, fasilitas akomodasi, rasa dan variasi makanan, dan lain-lain.

2) Advertising

Advertising berkaitan dengan kegiatan komunikasi pemasaran daerah tujuan wisata yang bersifat nonpersonal yang ditujukan kepada masyarakat luas. Advertising memiliki tugas untuk mengkomunikasikan wisata bahari, meningkatkan image, dan mengingatkan kembali tentang keberadaan wisata bahari yang sangat layak untuk dikunjungi. Kegiatan advertising merupakan kegiatan yang harus terus dilakukan agar brand awareness dari suatu daya tarik wisata terus menerus berada pada puncak popularitas. Destinasi yang populer memiliki kemungkinan lebih besar untuk dipilih sebagai tempat wisata bahari yang layak dikunjungi dibandingkan dengan destinasi yang tidak populer.

3) Selling

Selling berkaitan dengan upaya jangka pendek untuk merangsang agar segera masyarakat untuk mengunjungi destinasi tujuan wisata. Usaha untuk mencapai hasil sesuai dengan yang diharapkan dilakukan dengan seringnya melakukan pameran dengan menjual paket-paket wisata bahari. Travel fair merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik pembeli sebanyak-

banyaknya. Pemberian diskon harga khusus merupakan cara yang baik untuk dilakukan guna merangsang pembelian yang banyak



G. Implementasi Strategi Pemasaran Menurut Pendekatan 'POS'

1) Paid Media

Paid Media adalah media berbayar yang digunakan untuk mengkomunikasikan Daya Tarik Wisata (DTW). Media berbayar dapat merupakan televisi, radio, surat kabar, majalah, baliho, spanduk dan lain-lain. Strategi penempatan media merupakan strategi komunikasi pemasaran yang penting agar pesan yang disampaikan sesuai dengan khalayak sasaran. Media televisi merupakan media yang efektif untuk menggambarkan destinasi wisata bahari secara utuh mengingat sifatnya yang audio visual. Program komunikasi pemasaran melalui media berbayar ini kelebihanannya adalah dapat menjangkau khalayak yang luas, namun kelemahannya adalah soal biaya yang mahal. Cost benefit analysis dibutuhkan untuk memilih media berbayar yang akan digunakan, apakah televisi, radio, koran, majalah dan lain sebagainya.

Own Media adalah media milik sendiri yang digunakan untuk mengkomunikasikan DTW. Di samping menggunakan media berbayar kegiatan komunikasi pemasaran wisata bahari juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan media yang dimiliki sendiri. Media yang dimiliki sendiri dapat berupa website atau saluran komunikasi lain yang merupakan milik sendiri. Pemanfaatan website untuk kepentingan pemasaran produk wisata bahari saat ini banyak dilakukan. Pembelian jasa wisata bahari adalah salah satu jenis pembelian yang mempunyai sifat high involvement atau keterlibatan tinggi. Keterlibatan yang tinggi menyebabkan keinginan para wisatawan untuk mengetahui DTW wisata bahari sangat besar. Kebutuhan informasi yang banyak tidak akan diperoleh dari advertising tetapi lebih banyak berasal dari informasi yang bersumber dari website DTW.

2) Social Media

Social Media adalah media sosial yang digunakan untuk mengkomunikasikan DTW. Pada masa kini siapa yang tidak mengenal atau menjadi salah satu dari pelaku social media. Sosial media harus benar-benar dapat dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan suatu destinasi tujuan wisata. Kemampuan sosial media untuk menjadikan suatu destinasi menjadi populer sudah sangat terbukti.

H. Komponen Pengembangan Pariwisata

1) Attraction (Atraksi) Adalah segala hal yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata. Atraksi terdiri dari apa yang pertama kali membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke sebuah kawasan. Atraksi dapat didasarkan pada sumber daya alam yang memiliki bentuk ciri-ciri fisik alam, dan keindahan kawasan itu sendiri. Selain itu, budaya juga dapat menjadi atraksi untuk menarik minat wisatawan datang, seperti hal-hal yang besejarah, agama, cara hidup masyarakat, tata cara pemerintahan, dan tradisi-tradisi masyarakat baik dimasa lampau maupun di masa sekarang. Hampir setiap destinasi memiliki atraksi khusus yang tidak dapat dimiliki oleh destinasi lainnya.

2) *Accessibilities* (Akses) Akses mencakup fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk menuju destinasi wisata, sehingga harus tersedia jasa seperti penyewaan kendaraan dan transportasi lokal, rute atau pola perjalanan (Cooper dkk, 2000). Menurut Sugiana (2011) aksesibilitas adalah tingkat intensitas suatu daerah tujuan wisata atau destinasi dapat dijangkau oleh wisatawan. Fasilitas dalam aksesibilitas seperti jalan raya, rel kereta api, jalan tol, terminal, stasiun kereta api, dan kendaraan roda empat. Menurut Brown dan Stange (2015) Akses adalah bagaimana seseorang untuk mencapai tujuan dari tempat asalnya. Apakah aksesnya mudah atau sulit.

3) *Amenities* (*fasilitas pendukung*) *Amenities* adalah berbagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan di destinasi wisata. *Amenities* meliputi beragam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman (*food and beverage*), tempat hiburan, tempat perbelanjaan (*retailing*), dan layanan lainnya seperti bank, rumah sakit, keamanan dan asuransi (Cooper dkk, 2000). Menurut Inskeep dalam Hadiwijoyo (2012:59-60) fasilitas (*facilities*) dan pelayanan lainnya (*other services*) di destinasi bisa terdiri dari biro perjalanan wisata, restaurant, retail outlet kerajinan tangan, *souvenir*, keunikan, keamanan yang baik, bank, penukaran uang (*money changer*), (*tourist information office*), rumah sakit, bar, tempat kecantikan. Setiap destinasi memiliki fasilitas yang berbeda, namun untuk melayani kebutuhan dasar wisatawan yang berkunjung destinasi melengkapinya sesuai dengan karakteristik destinasi tersebut.

Latihan Soal:

1. Landasan pembangunan kepariwisataan Indonesia adalah?
2. Sebutkan kebijakan pembangunan kepariwisataan?
3. Sebutkan bagaimana mekanisme pengendalian kepariwisataan?
4. Sebutkan dan jelaskan mengenai strategi pemasaran pariwisata?
5. Sebutkan komponen pengembangan pariwisata?

PENUTUP

Dengan demikian dapat kita ambil kesimpulan bahwa tidak ada pelajaran yang sulit asalkan ada kemauan dan tekad yang kuat dan saya sangat mengharapkan beberapa masukan dari berbagai pihak baik mahasiswa ataupun dari kalangan dosen agar dapat tercapainya cita-cita luhur membangun bangsa dan negeri tercinta. Kurang dan lebihnya Saya mohon maaf, Akhirul kalam, Wallahul muwafik, ilaa aqwamith thariq, Wasslamu'alaikum warahmatullahi wabarakaatuh.

DAFTAR PUSTAKA

1. I Putu Tuni, Pengaturan Global Kepariwisata. (2016, Udayana University Press)
2. I Ketut Suwena, Pengetahuan Dasar Pariwisata. (2017, Pustaka Larasan).
3. Violetta Simatupang, S.E., M.H. 2016. P.T. Alumni. Bandung.
4. Sumber lain yang relevan.