

PENGANTAR ILMU PARIWISATA

(Sejarah, Jenis, Macam, Dampak, dan Istilah dalam Pariwisata)

Estikowati

Stella Alvianna

Widji Astuti

Syarif Hidayatullah

Rulli Krisnanda

Uwais Inspirasi Indonesia

PENGANTAR ILMU PARIWISATA

(Sejarah, Jenis, Macam, Dampak, dan Istilah dalam Pariwisata)

ISBN:

Penulis: Estikowati
Stella Alvianna
Widji Astuti
Syarif Hidayatullah
Rulli Krisnanda

Tata Letak: Galih

Design Cover: Widi

14.8 cm x 21 cm

vii + 142 halaman

Cetakan Pertama, September 2022

Diterbitkan Oleh:

Uwais Inspirasi Indonesia

Anggota IKAPI Jawa Timur Nomor: 217/JTI/2019 tanggal 1 Maret 2019

Redaksi:

Ds. Sidoarjo, Kec. Pulung, Kab. Ponorogo

Email: Penerbituwais@gmail.com

Website: www.penerbituwais.com

Telp: 0352-571 892

WA: 0812-3004-1340/0823-3033-5859

Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta, sebagaimana yang telah diatur dan diubah dari Undang-Undang nomor 19 Tahun 2002, bahwa:

Kutipan Pasal 113

- (1) Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

PRAKATA

Di tengah keadaan yang serba tidak pasti ini, proses belajar dan mengajar di lingkungan kampus tentunya menjadi sedikit terganggu, masalah yang sering muncul adalah gangguan sinyal internet. Sehingga kegiatan belajar dan mengajar tidak dapat berjalan dengan sempurna. Maka dari itu, tercetus keinginan untuk merangkai dan menyusun ulang materi yang sudah dipelajari selama perkuliahan guna mengingatkan kembali kepada mahasiswa mengenai mata kuliah pengantar ilmu pariwisata. Selain itu, buku ini juga dapat menjadi kenang-kenangan tersendiri bagi kami serta dapat menjadi bukti bahwa kami telah menyelesaikan tugas ujian akhir semester mata kuliah pengantar ilmu pariwisata dengan tepat waktu.

Terima kasih kami ucapkan kepada banyak pihak yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung untuk menerbitkan buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat untuk kemajuan pendidikan pariwisata di lingkungan akademik.

Malang, 03 September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
----------------------	------------

DAFTAR ISI	iv
-------------------------	-----------

BAB 1 SEJARAH PARIWISATA DUNIA.....	1
--	----------

A. Zaman Kuno (Zaman Pra Sejarah).....	2
--	---

B. Zaman Pertengahan (Zaman Sejarah).....	3
---	---

C. Zaman Modern (Zaman Pasca Sejarah)	6
---	---

D. Perkembangan Sarana Angkutan di Abad XX	7
--	---

BAB 2 SEJARAH PARIWISATA INDONESIA.....	10
--	-----------

A. Periode Masa Penjajahan Belanda	10
--	----

B. Periode Masa Pendudukan Jepang.....	12
--	----

C. Periode Masa Orde Lama.....	13
--------------------------------	----

D. Periode Masa Orde Baru.....	17
--------------------------------	----

E. Periode Masa Otonomi Daerah	21
--------------------------------------	----

BAB 3 MOTIVASI PERJALANAN WISATA	26
---	-----------

A. Pengertian Motivasi	26
------------------------------	----

B. Pengertian Motivasi Perjalanan Wisata.....	28
---	----

C. Faktor Pendorong Berwisata (<i>Push Factor</i>)	32
--	----

D. Faktor Penarik Berwisata (<i>Pull Factors</i>)	35
---	----

BAB 4 PROSEDUR PERJALANAN WISATA	40
---	-----------

A. Pengertian Perjalanan Wisata.....	40
--------------------------------------	----

B. Ciri-Ciri Perjalanan Wisata	41
--------------------------------------	----

C. Tujuan Perjalanan Wisata	41
-----------------------------------	----

D. Dokumen Perjalanan Wisata.....	42
-----------------------------------	----

BAB 5 JENIS DAN MACAM WISATAWAN.....	49
A. Asal Kata Wisatawan	49
B. Pengertian Wisatawan	49
C. Kategori Wisatawan atau Pengunjung	50
D. Jenis dan Macam Wisatawan	51
 BAB 6 JENIS – JENIS PARIWISATA.....	 54
A. Menurut Letak Geografis.....	54
B. Menurut Pengaruhnya terhadap Neraca Pembayaran	55
C. Menurut Alasan atau Tujuan Perjalanan.....	56
D. Menurut Saat atau Waktu Berkunjung	57
E. Menurut Objeknya	57
F. Menurut Lokasi yang Dituju	58
G. Orang yang Melakukan Perjalanan	59
 BAB 7 MACAM – MACAM PARIWISATA	 63
A. Menurut Letak Geografis	63
B. Menurut Pengaruhnya terhadap Neraca Pembayaran	64
C. Menurut Alasan atau Perjalanan	64
D. Menurut Waktu Berkunjung	65
E. Menurut Objeknya	66
F. Menurut Jumlah Orang yang Melakukan Perjalanan.....	67
G. Menurut Alat Pengangkutan yang Digunakan	67
H. Menurut Umur yang Melakukan Perjalanan.....	67
I. Menurut Jenis Kelamin.....	68
J. Menurut Harga dan Tingkat Sosial.....	68
 BAB 5 DAMPAK PERISTIWA	 70
A. Pengertian Dampak.....	70
B. Dampak Pariwisata dari Aspek Ekonomi.....	70

C. Dampak Pariwisata dari Aspek Sosial Budaya.....	72
D. Dampak Pariwisata dari Aspek Lingkungan	73

BAB 9 ASSIGNMENT PARIWISATA..... 76

A. Pengertian <i>Assignment</i> Pariwisata	76
B. Tujuan Pariwisata.....	77
C. Fungsi Pariwisata	77
D. Manfaat Pariwisata	78

BAB 10 SAPTA PESONA 86

A. Pengertian Sapta Pesona	86
B. Unsur Sapta Pesona	87
C. Makna Logo Sapta Pesona.....	91
D. Tujuan Sapta Pesona.....	91

BAB 11 CIRI PRODUK DAN JASA 94

A. Pengertian Produk	94
B. Pengertian Jasa	95
C. Ciri-Ciri Produk Jasa.....	102
D. Pengertian Barang.....	103
E. Ciri-ciri Produk Barang	103

BAB 12 TEMA DAN STRUKTUR ORGANISASI..... 106

A. Macam-Macam Jenis Acara	106
B. Tema	107
C. Jenis Sumber Daya Manusia dalam Penyelenggaraan <i>Event</i>	108
D. Tugas Struktur Organisasi <i>Event Organizer</i>	109

BAB ISTILAH DALAM PARIWISATA	111
A. Pengertian Istilah.....	111
B. Jenis Istilah.....	112
C. Faktor Penyusun Istilah	113
D. Industri Hospitality	114
E. Istilah dalam Pariwisata.....	115
F. Istilah Organisasi Pariwisata	131
G. Istilah Pariwisata dalam Penerbangan	132
H. Istilah Pariwisata dalam <i>Tour Operating</i>	133
 DAFTAR PUSTAKA.....	 135
ENUMERATOR	141
BIODATA PENULIS	142

SEJARAH PARIWISATA DUNIA



BAB
1

SEJARAH PARIWISATA DUNIA

Sejarah pariwisata berasal dari manusia itu sendiri yang selalu melakukan pergerakan atau perjalanan keluar domisili dengan berbagai alasan. Menurut Theobald pada bukunya yang berjudul *“The Meaning, Scope, and Measure of Travel and Tourism”* perjalanan telah ada sejak zaman primitif di mana kegiatan ini dilakukan untuk pencarian makanan, berburu binatang, dan mempertahankan hidup. Kemudian berkembang menjadi kegiatan berdagang, keagamaan, perang, bermigrasi, dan kegiatan lainnya sesuai dengan motivasinya.

Motivasi dan motif perjalanan masyarakat pada zaman pra sejarah berbeda dengan motivasi dan motif perjalanan masyarakat pada zaman modern. Cara perjalanan dan fasilitas yang digunakan masyarakat masih sederhana jika dibandingkan dengan masyarakat yang lebih maju.

World Tourism Organization (WTO), secara sepintas membagi perkembangan atau sejarah pariwisata ke dalam tiga zaman, yakni:

1. Zaman Kuno (Zaman Pra Sejarah)
2. Zaman Pertengahan (Zaman Sejarah)
3. Zaman Modern (Zaman Pasca Sejarah)

A. Zaman Kuno (Zaman Pra Sejarah)

Pariwisata pada zaman kuno ditandai oleh motif perjalanan yang masih terbatas dan sederhana, yaitu:

1. Adanya perjalanan pertama kali dilakukan oleh bangsa-bangsa primitif dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk kelangsungan hidup.
2. Adanya dorongan karena kebutuhan praktis dalam bidang politik dan perdagangan, keinginan untuk mengetahui adat istiadat dan kebiasaan bangsa lain, dorongan yang berhubungan dengan keagamaan.
3. Sarana dan fasilitas yang digunakan pun masih sangat sederhana. Alat angkutan masih menggunakan binatang seperti kuda, unta, atau perahu- perahu kayu kecil yang menyusuri pantai merupakan alat transportasi yang paling populer.

Akan tetapi, perjalanan dengan jalan kaki untuk menempuh jarak berpuluh-puluh atau beratus-ratus kilometer paling banyak dilakukan. Contoh perjalanan pada zaman kuno: pedagang- pedagang dari Arab ke Cina untuk membeli barang berharga, pedagang Yunani ke Laut Hitam, pedagang Vinisia ke Afrika. Perjalanan kaum Buddhis Cina ke India, kaum Muslimin yang melakukan ibadah haji ke Mekkah atau kaum Nasrani ke Yerusalem.

4. Badan atau organisasi yang mengatur jasa-jasa perjalanan pada zaman ini masih belum ada. Pengaturan perjalanan ditentukan dan dikelola secara individu. Akomodasi yang digunakan masih sederhana. Para pelancong membangun tenda-tenda sendiri atau tinggal

di rumah- rumah saudagar, pemuka-pemuka masyarakat, pemuka agama atau tempat-tempat beribadah, seperti masjid dan gereja. Akomodasi yang dikelola secara komersial pada zaman ini belum ada.

B. Zaman Pertengahan (Zaman Sejarah)

1. Motivasi dan motif perjalanan pada abad pertengahan lebih luas dari motivasi dan motif perjalanan pada jaman kuno. Di samping motif perjalanan untuk keperluan perdagangan, keagamaan, dan rasa keingintahuan. Pada jaman ini telah berkembang motif untuk tujuan yang berhubungan dengan kepentingan negara (*mission*) dan motif untuk menambah pengetahuan.
2. Pada tahun 400 sebelum masehi sudah mulai dianggap modern karena sudah mulai ada muhibah oleh Bangsa Sumeria di mana pada saat itu juga mulai ditemukan huruf, roda, dan fungsi uang dalam perdagangan.
3. Para pedagang tidak lagi melakukan pertukaran secara barter. Para pedagang cukup dengan membawa contoh barang yang ditawarkan melalui pekan-pekan raya perdagangan, seperti di St. Denis Champagne atau *Aix-la-Cappalle*.
4. Muhibah pertama kali dilakukan oleh bangsa Phoenesia dan Polynesia untuk tujuan perdagangan.
5. Kemudian Muhibah wisata untuk bersenang-senang pertama kali dilakukan oleh Bangsa Romawi pada abad I sampai abad V. Tujuan mereka bukan untuk kegiatan rekreasi tetapi kegiatan mereka lebih ditujukan untuk menambah pengetahuan cara hidup, sistem politik, dan

ekonomi.

6. Tahun 1760–1850 terjadinya revolusi industri sehingga mengakibatkan perubahan dalam kehidupan masyarakat, antara lain :

- a. Dalam struktur masyarakat dan ekonomi Eropa terjadi penambahan penduduk, urbanisasi, timbulnya usaha–usaha yang berkaitan dengan pariwisata di kota–kota industri, lapangan kerja meluas ke bidang industri, pergeseran penanaman modal dari sektor pertanian ke usaha perantara seperti bank, termasuk perdagangan internasional. Hal–hal inilah yang menciptakan pasar wisata.
- b. Meningkatnya teknologi transportasi atau sarana angkutan.
- c. Munculnya agen perjalanan. Biro perjalanan pertama kali di dunia adalah Thomas Cook & Son Ltd. Tahun 1840 (Inggris) & American Express Company Tahun 1841 (Amerika Serikat).
- d. Bangkitnya industri perhotelan. Perkembangan sistem transportasi juga mendorong munculnya akomodasi (hotel) baik di stasiun–stasiun kereta api maupun di daerah tujuan wisata. Disamping akomodasi, banyak pula restoran dan bar serta sejenisnya, seperti kedai kopi dante yang timbul akibat urbanisasi.
- e. Munculnya literatur–literatur mengenai usaha kepariwisataan, antara lain: “Guide du Hotels to France” oleh Michelui (1900) dan “Guide to Hotels” oleh *Automobile Association* (1901).

- f. Berkembangnya daerah–daerah wisata di negara Mesir, Italia, Yunani, dan Amerika. Perjalanan tersebut diatur dan dikoordinasikan oleh Thomas Cook & Son Ltd. Pada sekitar permulaan abad ke 19, yaitu tahun 1861.
7. Pada jaman pertengahan telah ada perguruan-perguruan tinggi seperti Al Azhar di Kairo, Paris, Roma, Salamanca, dan sebagainya. Para mahasiswa dari berbagai negara melakukan kunjungan ke universitas-universitas ini untuk menambah atau memperdalam pengetahuannya dengan mendengarkan kuliah-kuliah yang diberikan oleh para guru besar.
8. Dengan semakin banyaknya yang melakukan perjalanan antar negara, berbagai negara mulai mengeluarkan peraturan-peraturan guna melindungi kepentingan negara, penduduknya, serta kepentingan parawisatawan.
9. Akomodasi yang bersifat komersial mulai bermunculan walaupun masih sederhana.
10. Alat angkut tidak hanya dengan menunggang kuda, keledai, atau unta tetapi telah meningkat dengan menambah kereta yang ditarik kuda atau keledai. Angkutan laut telah menggunakan kapal-kapal yang lebih besar.

C. Zaman Modern (Zaman Pasca Sejarah)

Perkembangan pariwisata pada zaman modern, ditandai dengan semakin beraneka ragamnya motif dan keinginan wisatawan yang harus dipenuhi sebagai akibat dari meningkatnya budaya manusia. Di mana hal ini ditandai dengan pemakaian angkutan mobil untuk kepentingan perjalanan pribadi sesudah perang dunia I (1914–1918). Perang dunia I ini memberi pengalaman kepada orang untuk mengenal negara lain sehingga membangkitkan minat berwisata ke negara lain.

Sehingga dengan adanya kesempatan berwisata ke negara lain maka berkembang pula arti pariwisata internasional sebagai salah satu alat untuk mencapai perdamaian dunia, dan berkembangnya penggunaan sarana angkutan dari penggunaan mobil pribadi ke penggunaan pesawat terbang berkecepatan suara.

Pada tahun 1914, perusahaan kereta api di Inggris mengalami keruntuhan dalam keuangan sehingga diambil kebijaksanaan sebagai berikut ini: “Kereta api yang bermesin uap diganti menjadi mesin diesel dan mesin bertenaga listrik serta pengurangan jalur kereta api yang kurang menguntungkan.”

Pada masa ini pula timbul sarana angkutan berteknologi tinggi, seperti mobil dan pesawat sebagai sarana transportasi wisata yang lebih nyaman serta lebih cepat.

D. Perkembangan Sarana Angkutan di Abad XX

Pada abad ini perkembangan industri pariwisata banyak dipengaruhi oleh perkembangan sarana angkutan, antara lain:

1. Motorisasi, merupakan sarana angkutan yang berkekuatan motor tenaga listrik sebagai pengganti mesin bertenaga uap. Akibat dari motorisasi ini adalah galaknya wisata domestik, tumbuhnya penginapan-penginapan di sepanjang jalan raya, munculnya pengusaha-pengusaha bus wisata (*coach*) tahun 1920, dan munculnya undang-undang lalu lintas di Inggris tahun 1924-1930.
2. Pesawat udara, sebelum perang dunia II pesawat udara dipakai hanya untuk kepentingan komersial, seperti pengangkutan surat-surat pos, paket-paket, dan lain-lain. Sejak tahun 1963 mulai diperkenalkan paket perjalanan wisata dengan menggunakan pesawat terbang, seperti pesawat supersonik dan *concorde* di mana perjalanan dapat ditempuh dengan nyaman dan waktu yang relatif singkat.
3. Timbulnya agen perjalanan, agen perjalanan umum, dan industri akomodasi. Hal ini disebabkan karena meningkatnya pendapatan perkapita penduduk terutama di negara-negara maju, seperti: Eropa, Amerika, Jepang, dan negara lainnya, serta naiknya tingkat pendidikan masyarakat yang mempengaruhi rasa ingin tahu terhadap negara-negara luar.

Kasus.

Dalam catatan sejarah pariwisata dunia, ternyata orang primitif lah yang pertama kali melakukan aktivitas wisata. Selain seluk beluk perkembangan pariwisata orang primitif, ada beberapa fakta penting dari peristiwa tersebut.

Sebutkan dan Jelaskan Fakta Penting dan Menarik dari Sejarah Pariwisata Dunia.

SEJARAH PARIWISATA INDONESIA



Sumber gambar :

<https://www.kbrispdr.org/download/foto-kota-solo-pada-daeloe>



BAB 2

SEJARAH PARIWISATA INDONESIA

Saat itu pariwisata di Indonesia mulai menunjukkan aktivitasnya sejak tahun 1910-1920. Pada tahun tersebut seiring dengan dikeluarkannya keputusan Gubernur Jenderal Belanda bernama VTV (*Vereneiging Touristen Verker*) dibukalah kegiatan berwisata ke Hindia Belanda (Indonesia-Sekarang). Pada awalnya kebijakan VTV ini dibentuk dari meningkatnya perdagangan antara dunia Eropa dengan negara-negara di Asia termasuk Indonesia. Mereka menggunakan lautan Hindia menjadi jalur yang sering dilewati oleh orang-orang asing yang pergi dengan berbagai alasan yang berbeda-beda atau sesuai dengan keperluan masing-masing, misalnya perdagangan.

Akan tetapi seiring dengan berkembangnya zaman, banyak di antara orang-orang Eropa berkunjung ke Indonesia terlepas hanya untuk melakukan transaksi perdagangan. Mereka ingin berwisata ke beberapa tempat yang ada di Indonesia.

A. Periode Masa Penjajahan Belanda

Kegiatan kepariwisataan dimulai dengan penjelajahan yang dilakukan pejabat pemerintah, *missionaries* atau orang swasta yang akan membuka usaha

perkebunan di daerah pedalaman. Awal mula industri pariwisata di Hindia Belanda (sebutan untuk Indonesia pada zaman kolonial) ditandai dengan terbentuknya asosiasi yang mengatur lalu lintas pariwisata bernama *Vereeniging Toeristenverkeer in Nederlandsch Indie*. Asosiasi ini dibentuk pada tahun 1908.

Melalui asosiasi yang disubsidi oleh pemerintah ini, lahirlah kantor Official Tourist Bureau yang bertugas membangun kerjasama dengan biro-biro perjalanan terbesar pada zaman itu, serta membuka kantor perwakilan di seluruh Jawa dan luar negeri. *Vereeniging Toeristen Verkeer* (VTV), Biro Wisata pertama di Indonesia (1910), merupakan kegiatan kepariwisataan masa penjajahan Belanda dimulai secara resmi.

Hindia Belanda awal abad ke-20 merupakan kawasan yang mengalami perkembangan pesat di segala bidang, terutama pembangunan sarana-sarana fisik di Pulau Jawa. Di bidang transportasi darat, misalnya, pembangunan rel kereta api dan jalan pos besar yang menghubungkan Pulau Jawa dari ujung barat hingga ujung timur telah memangkas kesulitan mobilitas darat baik untuk keperluan perdagangan, industri perkebunan, pemerintahan, pos, maupun pariwisata. Berbagai fasilitas penginapan juga berkembang seiring dengan pertumbuhan kota-kota di kawasan Hindia Belanda.

Industri pariwisata secara sadar digunakan oleh Belanda untuk memoles citra kekejaman pemerintah kolonial menjadi citra yang memuliakan masyarakat bumiputra. Periode politik etis yang diberlakukan sejak tahun 1901

serta konstruksi citra *Mooi Indie* (yang menjadi *trade mark* pariwisata di Hindia Belanda) kemudian menjadi proyek besar bagi pembalikan citra negeri jajahan Hindia Belanda yang rusuh, miskin, dan jauh dari peradaban modern.

Citra *Mooi Indie* sebetulnya merupakan kecenderungan umum masyarakat Eropa dalam memandang dunia yang lain (dunia timur). *Mooi Indie* merupakan bagian dari orientalisme, yaitu corak pandangan dan kreasi intelektual barat dalam “menciptakan” dunia timur.

Awal abad 20, yaitu adanya revolusi cetak, melalui buku, kartu pos, maupun pameran kolonial (brosur wisata) Hindia Belanda mulai dikenal oleh masyarakat dunia. Java The Wonderland adalah media cetak promosi pertama untuk Indonesia.

B. Periode Masa Pendudukan Jepang

Pariwisata Indonesia masa ini bisa dikatakan tengah terpuruk karena terjadinya perang dunia ke-2 dan pendudukan Jepang di Indonesia. Orang-orang terutama dari kulit putih tidak antusias dan berkesempatan melakukan perjalanan ke Indonesia karena situasi yang kacau. Sarana dan prasarana seperti jalan dan jembatan banyak yang rusak akibat perang, dan bangunan yang alih fungsi, serta obyek wisata juga menjadi terbengkalai. Terlebih lagi bom Hiroshima dan Nagasaki juga berimbas pada memburuknya perekonomian di Indonesia.

C. Periode Masa Orde Lama

1. Kegiatan Pariwisata Masa Periode 1945-1955

Setelah sekian lama terhenti kegiatan pariwisata di Indonesia dikarenakan terjadinya Perang Dunia II dan pendudukan Jepang, hal ini berlanjut terus ke masa mempertahankan proklamasi kemerdekaan 17 Agustus 1945. Meskipun begitu, Pemerintah Indonesia cukup tanggap untuk segera mengatasi dan memberikan perhatian terhadap sektor kepariwisataan yang sebagai salah satu sektor penunjang perekonomian negara.

Untuk mengatasi hal tersebut pemerintah sewaktu berkecamuknya revolusi pada tahun 1946 dibentuk Hotel dan Tourisme (HONET) atas surat keputusan wakil presiden (Drs. Moh. Hatta) di dalam lingkungan Kementerian Perhubungan. Yang bertugas untuk melanjutkan pengelolaan hotel-hotel bekas milik Belanda. Tindakan pertama yang dilakukan oleh Honet adalah mengganti nama hotel-hotel bekas Belanda di Yogyakarta, Surakarta, Madiun, Cirebon, Sukabumi, Malang, Sarangan, Purwokerto, dan Pekalongan, menjadi Hotel Merdeka. Akan tetapi setelah perjanjian Konferensi Meja Bundar (KMB) ditandatangani (1949), semua perusahaan bekas milik Belanda yang dinasionalisasi, harus dikembalikan kepada pemiliknya semula.

Termasuk hotel-hotel Merdeka dengan demikian Honet tidak mempunyai fungsi lagi sehingga dibubarkan. Setelah Honet dibubarkan, pada tahun 1952 dikeluarkan Keppres Pembentukan Panitia Inter-Departemental Urusan Tourisme, yang bertugas untuk mengusahakan

kemungkinan dijadikannya Indonesia sebagai *Tourist Destination* atau daerah tujuan wisata (DTW). Dikarenakan para pengurus tersebut tidak dapat bekerja maksimal. Maka pada tahun 1953 didirikan suatu organisasi bernama Serikat Gabungan Hotel dan Tourisme Indonesia atau disingkat Sergahti.

Sergahti beranggotakan hampir seluruh hotel utama di Indonesia. Dengan komisariss-komisariss wilayah Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Kalimantan, Sumatera Selatan, dan Sumatera Utara. Usia organisasi ini tidak lama hal ini dikarenakan para pengurusnya merasa gagal dalam menjalankan misi mereka, yakni misi mengosongkan penghuni tetap di hotel-hotel itu. Selain itu, tidak berhasilnya menyelesaikan masalah penetapan harga atau tarif hotel (*hotel prijsbeheering*) yang diberlakukan oleh pihak pemerintah.

2. Kegiatan Pariwisata Masa Periode 1955-1965

Tahun 1955 merupakan batu loncatan atau bisa disebut juga sebagai tonggak sejarah bagi perkembangan pariwisata di Indonesia. Peristiwa- peristiwa yang terjadi pada tahun itu yang sedikit banyak berpengaruh pada perkembangan kepariwisataan di Indonesia.

Konferensi Asia-Afrika (KAA) yang berlangsung di Bandung tanggal 18 sampai 24 April 1955 berpengaruh positif pada bidang kepariwisataan Indonesia. Negara kita menjadi makin dikenal secara internasional sehingga sedikit demi sedikit banyak meningkatkan pula jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia. Bank Industri

Negara, yang sekarang menjadi Bank Pembangunan Indonesia atau Bapindo, pada tahun 1955 mendirikan sebuah perusahaan yang bersifat komersial yang bernama PT NATOUR Ltd (National Hotels & Tourism Corp Ltd).

PT NATOUR kemudian memiliki Hotel Trasaera di Jakarta, Hotel Bali, Shindu Beach Hotel, dan Kuta Beach Hotel di Bali, Hotel Garuda di Yogyakarta, Hotel Simpang di Surabaya, dan berbagai Hotel lainnya di seluruh Indonesia. Sebagai salah satu anak perusahaan dari sebuah bank milik pemerintah, maka PT NATOUR dengan sendirinya merupakan sebuah perusahaan milik negara yang kemudian dikenal dengan sebutan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Pada Desember 1993 Direksi PT NATOUR disatukan dengan PT Hotel Indonesia Internasional (HII) yang juga berstatus BUMN.

Pada tahun 1955 dalam lingkungan Kementrian Perhubungan dibentuk Direktorat Pariwisata. Himpunan Perintis Kepariwisataan dalam naskah yang berjudul Sejarah Pertumbuhan dan Kepariwisataan Indonesia menyebutkan Biro Tourisme, yang dipimpin oleh Soeganda. Pada tahun 1964, kedudukan Soeganda sebagai pimpinan direktorat pariwisata digantikan oleh G. Sudiono. Perkembangan tersebut berhasil meningkatkan semangat dan gairah orang-orang yang berminat terhadap kepariwisataan. Kemudian lahirlah Yayasan Tourisme Indonesia (YII) yang bersifat non-komersial. Tujuan utamanya adalah untuk membina dan mengembangkan industri pariwisata secara lebih efektif guna menunjang perekonomian Negara Indonesia.

Dalam naskah sejarah pertumbuhan kepariwisataan Indonesia tidak dicantumkan tanggal pendirian Yayasan Tourisme Indonesia (YTI). Namun, hanya ada tahun dan tempat kelahiran organisasi tersebut, yaitu tahun 1955 di Grand Hotel du Pavillon di Jakarta. Kemudian diganti menjadi Hotel Majapahit dan kini dibongkar menjadi tempat parkir gedung setneg. Pendanaan YTI diperoleh dari sumbangan-sumbangan para anggotanya dan para donator yang sekarang biasa disebut sponsor. Dalam waktu yang singkat YTI telah berhasil membuka cabang-cabang di berbagai daerah di Indonesia. Dengan semangat yang menggebu-gebu YTI melakukan kampanye “sadar wisata” untuk memasyarakatkan pariwisata.

“Sadar wisata” untuk “memasyarakatkan pariwisata” adalah jargon pariwisata yang baru timbul menjelang akhir tahun 1990. Namun demikian, secara substansial kegiatan itu telah dilakukan sejak tahun 1955 oleh YTI. Dalam kampanye sadar wisata itu, S. Brata dengan seluruh korp wartawan ibu kota memegang peranan yang besar sehingga telah menciptakan iklim demam *tourisme* selama beberapa tahun kemudian. YTI juga menjalin hubungan dengan organisasi-organisasi kepariwisataan internasional dan menjadi anggota dari *Pacific Area Tourism* (PATA) dan ASTA.

Dengan keberhasilan tersebut, YTI kemudian mengajukan permohonan kepada pemerintah agar diakui sebagai satu-satunya badan yang mendapat tugas untuk membina dan membimbing kepariwisataan di Indonesia. Menteri Perhubungan, Suchyar Tedjasusmana bersedia

memberikan pengakuan itu dengan syarat agar YTI menyelenggarakan kongres kepariwisataan yang bersifat nasional.

Musyawarah Nasional Tourisme I tersebut menghasilkan sebuah wadah tunggal swasta yang bergerak di bidang kepariwisataan, yaitu Dewan Tourisme DTI mendapat pengakuan dari pemerintah sebagai satu-satunya badan sentral swasta. Bersifat non-komersial dan bertindak sebagai wakil dari badan atau lembaga yayasan di daerah untuk membantu dan mendampingi pemerintah dan mengurus soal-soal kepariwisataan.

Penggunaan nama Dewan Tourisme Indonesia nampaknya merupakan sebuah kompromi yang tercapai antara YTI dengan organisasi-organisasi kepariwisataan non-YTI. Dari hasil kompromi tersebut maka seluruh organisasi kepariwisataan meleburkan diri menjadi satu ke dalam wadah baru, yaitu DTI. Namun, pada tahun 1961 DTI berubah nama menjadi Dewan Pariwisata Indonesia (Depari).

D. Periode Masa Orde Baru

Pada saat Orde Baru, jumlah kunjungan wisman ke Indonesia bertumbuh secara perlahan. Pemerintah dulu mengadakan program untuk menambah jumlah kehadiran wisatawan asing ke Indonesia yang dimaksud dengan Tahun Kunjungan Indonesia. Program ini menambah kunjungan turis internasional sampai 400.000 orang. Di samping itu pada tahun 1992, pemerintah mencanangkan Dekade Kunjungan Indonesia, yakni tema tahunan

pariwisata sampai dengan tahun 2000.

Keyakinan dunia internasional pada pariwisata Indonesia mulai alami penurunan pada insiden pengeboman Bali tahun 2002 yang mengakibatkan penurunan wisatawan yang datang ke Bali sebesar 32%.

Aksi teror yang lain layaknya bom JW Marriott 2003, pengeboman terhadap Kedutaan Besar Australia, Bom Bali pada 2005 dan Bom Jakarta 2009 juga merubah jumlah kehadiran wisman ke Indonesia. Aksi terorisme di Indonesia pada saat itu menyebabkan dikeluarkannya peringatan perjalanan oleh sebagian negara layaknya Australia dan Britania Raya pada tahun 2006.

Pada tahun 2008, pemerintah Indonesia mengadakan program Tahun Kunjungan Indonesia 2008 untuk menambah jumlah wisatawan nusantara dan wisatawan asing ke Indonesia, di samping itu program ini sekaligus untuk memperingati 100 tahun kebangkitan nasional Indonesia. Dana yang dikeluarkan untuk program ini sebesar 15 juta dolar Amerika Serikat yang beberapa besar dipakai untuk program pengiklanan dalam ataupun luar negeri. Hasil dari program ini yaitu peningkatan jumlah wisatawan asing yang meraih 6,2 juta wisatawan dibanding pada mulanya sebesar 5,5 juta wisatawan.

Sebagai usaha saat meningkatkan jumlah wisatawan ke Indonesia, Kementerian Kebudayaan dan juga Pariwisata Indonesia meneruskan program Tahun Kunjungan Indonesia pada tahun 2009 dengan tujuan 6,4 juta wisatawan dan dapatkan devisa sebesar 6,4 miliar dolar Amerika Serikat. Namun, pergerakan wisatawan nusantara

ditargetkan 229,95 juta perjalanan dengan keseluruhan pengeluaran kurang lebih 128,77 triliun rupiah. Program ini difokuskan ke pertemuan, insentif, konvensi, dan pertunjukan dan wisata laut.

Pada tahun 2010, pemerintah Indonesia mencanangkan kembali Tahun Kunjungan Indonesia dan Tahun Kunjung Museum 2010. Program ini dikerjakan untuk mendorong kesadaran penduduk pada museum dan menambah jumlah pengunjung museum. Pada tahun 2011, pemerintah Indonesia mengambil keputusan Wonderful Indonesia sebagai manajemen merk baru pariwisata Indonesia, sesaat untuk tema pariwisata dipilih Eco, Culture, and MICE. Logo pariwisata terus memakai logo Tahun Kunjungan Indonesia yang dipergunakan sejak tahun 2008.

Bidang layanan servis yang terkait dengan pariwisata barang kali telah berkembang sejak zaman Indonesia purba, terutama Jawa kuno era ke-8; sebagian panel relief di Borobudur melukiskan adegan penjual minuman, sejenis warung, kedai, atau rumah makan, dan ada bangunan yang di dalamnya ada orang sedang minum-minum dan bersenang-senang, barangkali melukiskan tempat tinggal minum atau penginapan. Indonesia mempunyai catatan sejarah kebudayaan pariwisata sejak era sejak era ke-14.

Kakawin Nagarakretagama mencatat bahwa Raja Hayam Wuruk sudah melingkari Kerajaan Majapahit yang saat ini jadi tempat Jawa Timur memakai pedati dengan iring-iringan pejabat negara. Catatan Perjalanan dari

Bujangga Manik, seorang resi pengelana dari Hindu Pakuan Pajajaran yang ditulis pada era ke-15 menceritakan perjalanannya keliling Pulau Jawa dan Bali. Walau perjalanannya berbentuk ziarah tetapi terkadang ia menggunakan waktunya seperti layaknya seorang pelancong zaman modern, yakni duduk, mengipasi badannya, dan menikmati panorama di tempat puncak, terutama Gunung Gede yang dia sebut sebagai titik paling tinggi dari lokasi Pakuan.

Sesudah masuknya Bangsa Belanda ke Indonesia pada awal era ke-19, tempat Hindia Belanda mulai berkembang jadi daya tarik untuk beberapa pendatang yang datang dari Belanda. Gubernur jenderal pada waktu itu mengambil keputusan pembentukan biro wisata yang dimaksud *Vereeging Toeristen Verkeer* yang gedung kantornya juga dipakai untuk maskapai penerbangan *Koninklijke Nederlansch Indische Luchtfahrt Maatschapij* (saat ini dimaksud dengan KLM). Hotel-hotel mulai bermunculan layaknya Hotel des Indes di Batavia, Hotel Oranje yang ada di Surabaya dan juga Hotel De Boer di Medan. Tahun 1913, *Vereeniging Touristen Verkeer* membuat buku tips tentang tempat wisata di Indonesia. Sejak waktu itu, Bali mulai dikenal oleh wisatawan mancanegara dan jumlah kehadiran wisman meningkat sampai kian lebih 100% pada tahun 1927. Pada 1 Juli 1947, pemerintah Indonesia berupaya menghidupkan sektor pariwisata Indonesia membentuk badan yang diberi nama HONET (Hotel National & Tourism) yang diketuai oleh R. Tjitpo Ruslan.

Badan ini segera menggantikan hotel–hotel yang ada di Jawa dan semuanya dinamai Hotel Merdeka. Sesudah Konferensi Meja Bundar, badan ini bertukar nama jadi NV HORNET. Tahun 1952 cocok dengan ketentuan presiden RI, dibentuk Panitia Inter Departemental Urusan Turisme yang bertugas menjajaki kemungkinan terbukanya kembali Indonesia sebagai tujuan wisata.

E. Periode Masa Otonomi Daerah

Pada dasarnya terdapat banyak daerah di Indonesia yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang potensial untuk dikembangkan dalam kerangka kepariwisataan serta memiliki kemampuan untuk menjadi salah satu destinasi pariwisata kelas dunia. Kekayaan alam berbasis bahari merupakan potensi yang tinggi untuk dikembangkan tanpa menghilangkan potensi yang ada di daratan seperti danau, air panas, dan sungai.

Potensi kekayaan budaya juga patut diperhitungkan dalam mengembangkan suatu daerah sebagai destinasi utama. Keanekaragaman budaya dan kesenian telah dikenal masyarakat dunia, termasuk keterbukaan dan keramahan masyarakat, serta kekayaan kuliner dipercaya memberi andil besar bagi tumbuhnya minat masyarakat Indonesia untuk datangberkunjung ke suatu daerah.

Selain dari potensi alam dan budaya, keberadaan infrastruktur aksesibilitas udara dan laut yang memadai mampu menjadi pendukung pengembangan daerah sebagai destinasi wisata Indonesia. Sarana dan prasarana kepariwisataan juga perlu mengalami peningkatan

kapasitas dan kualitas pelayanan yang memadai. Namun demikian pengembangan kepariwisataan daerah selanjutnya dikembangkan dengan tetap mengacu kepada paradigma baru pembangunan kepariwisataan yang telah dikemukakan sebelumnya. Pengalaman pembangunan di daerah lainnya seperti Bali dan D.I Yogyakarta perlu menjadi pertimbangan.

Perencanaan yang matang melalui penyiapan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata daerah di tingkat provinsi maupun kabupaten atau kota sudah harus dimulai untuk menemu kenali wilayah yang akan dijadikan sebagai lokasi pengembangan kepariwisataan yang tetap ditujukan untuk meningkatkan peran serta dan kesejahteraan masyarakat seluas-luasnya. Penyiapan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi tinggi di bidang pelayanan jasa kepariwisataan juga menjadi hal yang perlu dilakukan. Kemampuan masyarakat dalam berinteraksi dan bersosialisasi perlu dilengkapi pula dengan kemampuan teknis, operasional, dan manajerial dalam penyediaan barang dan jasa kepariwisataan. Stigma bahwa pekerja di bidang pariwisata merupakan pelayan harus mulai diubah menjadi pekerja profesional yang berkelas dunia. Kemampuan masyarakat dalam mengembangkan kompetensi mereka di bidang kepariwisataan dipercaya akan mampu meningkatkan kualitas pelayanan serta pengalaman berwisata bagi wisman maupun wisnus. Berdasarkan berbagai kondisi tersebut, pengembangan pariwisata di berbagai daerah, khususnya di Wilayah Timur Indonesia, harus difokuskan pada pengembangan

pariwisata berbasis bahari dengan dukungan budaya.

Fokus pembangunan kepariwisataan ini akan mampu memposisikan Kawasan Indonesia Timur sebagai destinasi utama pariwisata Indonesia yang berbeda dengan daerah lainnya seperti Bali dengan budaya dan alamnya (pantai) maupun D.I Yogyakarta dengan budayanya. Fokus pembangunan kepariwisataan ini perlu dibicarakan dan menjadi komitmen seluruh *stakeholders* sdalam pembangunan kepariwisataan di daerah.

Perbaikan kondisi sosial, ekonomi, kebudayaan, dan politik memiliki pengaruh yang dinamis dalam praktis pemasaran pariwisata. Penerapan sistem desentralisasi pemerintahan di era otonomi daerah turut mendorong munculnya paradigma baru dalam pemasaran pariwisata.

Perubahan ini dimunculkan oleh rangkaian Undang-Undang yang lebih populer di masyarakat sebagai Undang-Undang Otonomi Daerah, yang terdiri atas UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan UU No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah, disusul dengan Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai Daerah Otonom.

Undang-undang otonomi daerah ini memberikan kewenangan pada daerah untuk mengatur dan mengurus kepentingan daerah, menggali berbagai potensi yang ada, baik yang terkait sumberdaya alam, sumberdaya budaya, sumberdaya manusia, dan pengembangan sumber daya buatan. Pengelolaan sumberdaya ini diarahkan sedemikian

rupa sehingga daerah mampu secara mandiri menggali sumber keuangan dan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Berbeda dengan era sebelumnya, di mana pemerintah pusat ikut serta sebagai eksekutor berbagai program, di era sekarang pemerintah pusat lebih bertindak sebagai penyedia kebijakan (regulator), penyedia layanan (fasilitator), sebagai inisiator untuk membangun citra pariwisata Indonesia (*country image building*), dan sebagai katalisator dalam mempercepat pembangunan daerah.

Kasus.

Dalam catatan sejarah pariwisata Indonesia, ternyata orang eropa yang banyak berkunjung ke Indonesia untuk melakukan kegiatan wisata. Dan ada beberapa peristiwa penting terkait perkembangan pariwisata di Indonesia.

Sebutkan dan Jelaskan Peristiwa Penting dari Sejarah Pariwisata Indonesia .

MOTIVASI PERJALANAN WISATA





BAB 3

MOTIVASI PERJALANAN WISATA

A. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari Bahasa Latin “*movere*” yang berarti menggerakkan. Menurut Weiner (1990), motivasi didefinisikan sebagai kondisi internal yang membangkitkan.

kita untuk bertindak, mendorong kita mencapai tujuan tertentu, dan membuat kita tetap tertarik dalam kegiatan tertentu. Menurut Uno (2007), motivasi dapat diartikan sebagai dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang yang diindikasikan dengan adanya hasrat dan minat, dorongan dan kebutuhan, harapan dan cita-cita, penghargaan, dan penghormatan. Sedangkan Imron (1966), menjelaskan bahwa motivasi berasal dari bahasa Inggris “*motivation*” yang berarti dorongan atau pengalasan untuk melakukan suatu aktivitas hingga mencapai tujuan.

Dari serangkaian pengertian para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah sesuatu alasan yang mendorong seseorang untuk melakukan, menyelesaikan, menghentikan, dan sebagainya, suatu aktivitas guna mencapai tujuan tertentu yang diinginkan dari motivasi tersebut. Motivasi adalah proses yang

menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya. Tiga elemen utama dalam definisi ini diantaranya adalah intensitas, arah, dan ketekunan.

Berdasarkan teori hierarki kebutuhan Abraham Maslow, teori X dan teori Y Douglas McGregor, maupun teori motivasi kontemporer, arti motivasi adalah alasan yang mendasari sebuah perbuatan yang dilakukan oleh seorang individu. Seseorang dikatakan memiliki motivasi tinggi dapat diartikan orang tersebut memiliki alasan yang sangat kuat untuk mencapai apa yang diinginkannya dengan mengerjakan pekerjaannya yang sekarang.

Berbeda dengan motivasi dalam pengertian yang berkembang di masyarakat yang sering kali disamakan dengan 'semangat', seperti contoh dalam percakapan "saya ingin anak saya memiliki motivasi yang tinggi." Statemen ini bisa diartikan orang tua tersebut menginginkan anaknya memiliki semangat belajar yang tinggi. Maka, perlu dipahami bahwa ada perbedaan penggunaan istilah motivasi di masyarakat. Ada yang mengartikan motivasi sebagai sebuah alasan, dan ada juga yang mengartikan motivasi sama dengan semangat.

Dalam hubungan antara motivasi dan intensitas, intensitas terkait dengan seberapa giat seseorang berusaha tetapi intensitas tinggi tidak menghasilkan prestasi kerja yang memuaskan, kecuali upaya tersebut dikaitkan dengan arah yang menguntungkan organisasi. Sebaliknya elemen yang terakhir, ketekunan merupakan ukuran mengenai berapa lama seseorang dapat mempertahankan usahanya.

B. Pengertian Motivasi Perjalanan Wisata

Motivasi perjalanan wisata memiliki banyak pengertian menurut para ahli, berikut beberapa motivasi perjalanan wisata menurut para ahli:

1. Menurut Swarbrooke dan Horner (2016), menuliskan tipologimotivasi berwisata ke dalam enam kelompok besar, yaitu:
 - a. Fisik, berkaitan dengan tujuan relaksasi seperti olah raga, berjemur, dan lain-lain.
 - b. Emosional, berkaitan dengan perasaan seperti nostalgia, percintaan, pelarian, pemenuhan kebutuhan spiritual, dan petualangan.
 - c. Alasan pribadi, berkaitan dengan alasan personal seperti mengunjungi kerabat, mencari teman baru, keinginan untuk menyenangkan orang lain, dan kebutuhan ekonomi.
 - d. Pengembangan diri, berkaitan dengan upaya meningkatkan pengetahuan dan mempelajari keterampilan baru.
 - e. Status, berkaitan dengan gaya hidup, keinginan untuk pamer, dan eksklusivitas.
 - f. Budaya, berkaitan dengan kegiatan tamasya, dan mencoba hal baru.

2. Menurut Mill & Morisson (2009) dalam Suwena (2017), menjabarkan teori Maslow terkait motivasi dalam berwisata. Terdapat tujuh faktor yang memotivasi seseorang untuk melakukan perjalanan:
 - a. Relaksasi, usaha untuk melepas ketegangan fisik dan mental serta mendapatkan hiburan.
 - b. Keamanan, keinginan untuk sehat dan aktif di masa depan.
 - c. Cinta, kebersamaan dengan keluarga, kerabat, sahabat, orang terkasih, dan memelihara kontak sosial.
 - d. Prestasi, pengakuan sosial, status, dan kehormatan.
 - e. Kebenaran diri, eksplorasi dan evaluasi terhadap alam, penemuan diri serta kepuasan batin.
 - f. Ilmu pengetahuan, budaya, Pendidikan dan pengenalan lingkungan yang asing.
 - g. Apresiasi terhadap keindahan, menikmati pemandangan dan lingkungan hidup.
3. Menurut Perace (1982) dalam Sayangbatti & Baiquni (2013), menjelaskan motivasi perjalanan dengan berdasar pada teori Maslow tentang hierarki kebutuhan. Kebutuhan yang menjadi dasar motivasi tersebut yaitu:
 - a. Kebutuhan fisiologis
 - b. Kebutuhan keamanan
 - c. Kebutuhan sosial
 - d. Kebutuhan prestige
 - e. Kebutuhan aktualisasi diri.

4. Menurut Eva Simkov dan Jindrich Holzner (2014), melakukan penelitian terhadap kegiatan wisata di daerah pedesaan. Menemukan bahwa motivasi perjalanan adalah memberi penghargaan (*reward*) untuk diri sendiri. Penghargaan berupa kebebasan, ketenangan, lingkungan yang alami, udara segar, pengalaman yang otentik, suasana santai, kehidupan pedesaan, dan petualangan. Motivasi kedua adalah keinginan untuk melarikan diri atau rehat sejenak dari kehidupan sehari-hari, seperti lingkungan perkotaan, lingkungan teknologi, jaringan sosial, kebisingan, dan lain-lain.
5. Menurut Crompton (1979), menyebutkan sembilan faktor yang menjadi motivasi seseorang dalam melakukan kegiatan wisata, yaitu:
 - a. Pelarian dari lingkungan yang biasa dirasakan
 - b. Eksplorasi dan evaluasi diri
 - c. Relaksasi
 - d. Martabat dan status
 - e. Regresi atau hal yang memicu kenangan
 - f. Peningkatan hubungan kekerabatan
 - g. Sebagai fasilitas interaksi sosial
 - h. Kebaruan
 - i. Pendidikan.

6. Menurut Yoon dan Usyal (2003), motivasi perjalanan wisata seseorang dibagi menjadi 2 faktor, yaitu:
- a. Faktor pendukung (*push factor*), merupakan faktor-faktor yang terkait dengan keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan yang bersal dari dalam dirinya (*intrinsic motivation*). Dengan adanya faktor pendorong, maka seseorang ingin melakukan perjalanan wisata, tapi belum jelas daerah mana yang akan dituju.
 - b. Faktor penarik (*pull factor*), merupakan faktor eksternal (*extrinsic motivation*) yang memotivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Faktor penarik juga berhubungan dengan kualitas destinasi yang menarik bagi wisatawan (*destination-specific attributes*).
7. Menurut H. Peter Gray, ada beberapa motivasi utama wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata, yaitu: keinginan seseorang untuk mengetahui yang atau mencari sesuatu yang belum diketahui, meninggalkan semua yang sudah dikenal dan melihat tempat, orang, dan kebudayaan yang berbeda.

Selanjutnya akan dibahas jenis dan macam apa saja yang terdapat dalam faktor pendorong dan faktor penarik berwisata. Dan bagaimana kedua hal tersebut akan berkaitan untuk memotivasi seseorang melakukan perjalanan wisata, berikut dengan contohnya.

C. Faktor Pendorong Berwisata (*Push Factor*)

1. *Escape*. Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasa menjemukan atau melepaskan kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari. Contoh: Orang kota yang penat akan kebisingan dan pekerjaan yang menumpuk, membutuhkan waktu berwisata hanya untuk sekedar menghilang sejenak dari kesibukannya sehari-hari, dimana hal ini dianggap bisa untuk menghilangkan stress dan kepenatan sehingga diharapkan seteh kembali dari berwisata.
2. *Relaxation*. Keinginan untuk penyegaran yang juga berhubungan dengan motivasi untuk *escape* diatas. Contoh: *Relaxation* sangat berhubungan erat dengan *escape* karena saat orang berwisata untuk istirahat atau menghilang sejenak dari rutinitas kesehariannya, maka diwaktu yang sama mereka juga akan merelaksasi diri untuk mendapatkan ketenangan.
3. *Play*. Ingin menikmati kegembiraan melalui berbagai permainan yang merupakan pemunculan kembali sifat kekanak-kanakan dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius. Contoh: Pada saat kita berwisata akan lebih *fresh* dan sapat bekerja kembali dengan lebih baik. berwisata dengan tujuan untuk bermain, kita bisa mengunjungi destinasi wisata yang banyak menyediakan wahana permainan, semisal Jatim Park I & II. Disana kita bisa meng-ekspresikan diri kita dengan cara menaiki wahana-wahana permainan disana. Dan tanpa kita sadari atau tidak di saat itulah kita dapat meng-ekspresikan diri kita layaknya anak kecil

yang sedang berbahagia. Dengan cara berteriak, tertawa lepas, berlari, dan sebagainya. Yang pada rutinitas sehari-hari tidak dapat kita ekspresikan di depan banyak orang di sekitar kita.

4. *Strengthening Family Bonds*. Ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam konteks VFR (*Visiting Friends and Relations*). Contoh: Mengunjungi saudara atau kerabat dekat juga menjadi salah satu motivasi kita untuk melakukan suatu perjalanan wisata.
5. *Prestige*. Untuk menunjukkan gengsi dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup yang merupakan dorongan untuk menaikkan status dan derajat sosial. Contoh: Seseorang pergi ke Bali dengan menginap di hotel bintang 5 di daerah Uluwatu, dengan harga Rp 20.000.000,- per malam, kemudian mengambil paket tour di Labuan Bajo dengan menaiki kapal pinisi dengan harga *tour* per orang Rp 25.000.000,-. Seseorang melakukan hal ini untuk dianggap mampu dan menaikkan derajat sosial mereka di tengah lingkungannya.
6. *Social Interaction*. Untuk melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi. Contoh: Hal ini biasa dilakukan oleh *solo traveler*, mereka pergi ke suatu daerah tujuan wisata dengan maksud agar mendapat teman baru di daerah tujuan mereka.

7. *Educational Opportunity*. Keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain atau daerah lain, atau kebudayaan etnis lain. Hal ini pendorong yang dominan dalam pariwisata. Contoh: Seseorang mengunjungi Suku Baduy untuk berkenalan dengan budaya mereka, merasakan dan ikut belajar dari adat Suku Baduy. Misalnya, mandi tanpa sabun, karena Suku Baduy tidak ingin menyakiti alam sehingga jika mereka mandi menggunakan sabun yang berbahan kimia, mereka merasa akan menyakiti alam sekitar mereka.
8. *Self Fulfilment*. Keinginan untuk menemukan jati diri karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat kita menemukan daerah atau orang baru.
9. *Wish Fulfilment*. Keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi yang dicita citakan sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat agar bisa melakukan perjalanan. Contoh: Seseorang memiliki *bucket list* daerah tujuan wisata yang akan mereka kunjungi, dan mereka akan menyisihkan pendapatannya untuk mewujudkan *bucket list* yang mereka buat.
10. *Financial Security*. Kemampuan financial masyarakat. Contoh: Karena dirasa sudah stabil secara kemampuan financial, maka pergi berwisata menjadi kebutuhan primer bagi sebagian orang.
11. *Leisure Time*. Menggunakan waktu senggang yang dimiliki. Contoh: Pergi berwisata karena sedang ada hari libur, semisal tanggal merah atau hari minggu.

12. *Romance*. Pada umumnya faktor ini muncul untuk ingin menghabiskan waktu berdua dengan pasangan dan melakukan hubungan badan dengan orang kita cintai. Contohnya adalah berbulan madu.

D. Faktor Penarik Berwisata (*Pull Factors*)

1. Cuaca atau iklim destinasi, cuaca dari satu destinasi wisata memiliki peran penting yang menjadi penarik bagi wisatawan untuk datang berkunjung. Contoh: Wisatawan mengunjungi Kota Wisata Batu salah satu faktornya karena udah di sekitar Kota Batu sangat sejuk, sehingga dapat membuat para wisatawan lebih rileks untuk menikmati destinasi wisata di Kota Batu.
2. Transportasi dan akses. Akses yang dimaksudkan agar wisatawan dapat dengan mudah dalam pencapaian tujuan ke tempat wisata baik secara internasional maupun akses ke tempat-tempat pada sebuah destinasi. Kemudahan akses lokasi dan transportasi suatu tujuan wisata sangat penting bagi para wisatawan. Jika satu destinasi wisata mudah akses dan transportasinya, sudah pasti minat wisatawan juga meningkat. Contoh: lagi-lagi Kota Batu dapat menjadi contoh nyata tujuan destinasi wisata yang sangat mudah dijangkau dengan segala macam moda transportasi dan juga akses dari satu tempat wisata ke tempat wisata lain di Kota Batu sangat mudah. Sehingga wisatawan pun akan dapat berulang kali ke Kota Wisata Batu untuk menghabiskan waktu liburannya.
3. Atraksi pariwisata. Aspek dan daya tarik suatu destinasi untuk beraktifitas dan mempunyai nilai rekreasi. Setiap

destinasi memiliki daya tarik, baik daya tarik alam, masyarakat, juga budaya. Contoh: Kota Yogyakarta, disana sangat lengkap terdapat atraksi pariwisata, mulai dari alam, Bukit Mangunan, Pantai Parangtritis, dan sebagainya. Atraksi pariwisata budaya: Keraton Yogyakarta, Taman Sari, dan sebagainya.

4. Amenities. Fasilitas utama dan pendukung. Amenities menjadi salah satu syarat daerah tujuan wisata agar wisatawan dapat dengan kerasan tinggal lebih lama pada sebuah destinasi. Didalamnya termasuk akomodasi, makanan, minuman. Contoh: Pulau Bali, menjadi salah satu dari banyak daerah tujuan wisata. Karena di dalamnya terdapat berbagai fasilitas yang sangat lengkap mulai dari Hotel kelas melati sampai dengan bintang 5, begitu juga dengan restaurant, dan juga atraksi wisatanya.
5. Adanya keterlibatan lembaga pariwisata yang akan mendukung sebuah destinasi layak untuk dikunjungi. Aspek kelembagaan ini dapat berupa dukungan lembaga keamanan, lembaga pariwisata sebagai pengelola destinasi dan lembaga pendukung lainnya yang dapat menciptakan kenyamanan wisatawan.
6. Lingkungan hidup yang alami juga buatan. Contoh: Taman Safari, disini lingkungan dibuat sedemikian rupa menyerupai daerah asal para satwa. Sehingga membuat wisatawan mengerti bagaimana habitat asli satwa tersebut. Sedangkan lingkungan hidup alami kita bisa melihatnya di Pulau Komodo NTT, dimana para wisatawan bisa melihat komodo di habitat aslinya

dengan pengawasan *lokal guide*.

Selain faktor penarik dan faktor pendorong ada juga beberapa faktor yang membuat seseorang melakukan perjalanan wisata. Misalnya:

1. *Travel Voucher*: Tidak semua wisatawan melakukan perjalanan karena sudah terencana, banyak diantara mereka pergi berwisata karena mendapatkan hadiah *tour voucher*. Sehingga mereka menggunakan kesempatan itu untuk pergi berwisata.
2. *Special Event*: Wisatawan melakukan perjalanan untuk menghadiri atau mengunjungi *event-event* tertentu, misalnya menonton konser, melihat upacara adat (Ngaben di Bali, Kasada di Bromo), dan sebagainya.
3. *Incentive Perusahaan*: Tidak jarang dari wisatawan yang merupakan karyawan kantor juga melakukan perjalanan wisata karena mendapatkan *insentive* atau bonus dari kantor.
4. Kuliner: Banyak orang juga melakukan perjalanan wisata karena ingin mencicipi kuliner khas daerah tujuan wisata. Misalnya, mencoba gudeg dan sate klathak di Jogja, rujak cingur dan lontong balap di Surabaya.

Setelah memperhatikan beberapa uraian di atas, sebagai kesimpulan dari bab ini adalah saat seseorang ingin melakukan perjalanan wisata pertama-tama mereka akan dipengaruhi oleh *Push Factor* (Faktor Pendukung) dan selanjutnya untuk memenuhi faktor pendorongnya wisatawan akan mencari daerah tujuan wisata karena

dipengaruhi oleh *Pull Factor* (Faktor Penarik)

Kasus.

Dalam kajian teori motivasi memiliki 2 faktor utama yaitu *Push Factor* dan *Pull Factor*. Berdasarkan pendapat anda, diskusikan faktor mana yang lebih berperan dominan!

Bandingkan dengan destinasi wisata di daerah sekitar anda, faktor manakah yang berpengaruh dominan?

PROSEDUR PERJALANAN WISATA

Bab

4



BAB 4

PROSEDUR PERJALANAN WISATA

A. Pengertian Perjalanan Wisata

Perjalanan wisata atau yang lazim disebut *tour* tatap merupakan suatu perjalanan yang memiliki ciri-ciri suatu perjalanan tetapi perjalanan wisata mempunyai ciri-ciri khas yang memperlihatkan warna kegiatan wisata. Pengertian perjalanan wisata dapat didefinisikan dari dua sudut pandang, yaitu sebagai berikut:

1. *Tour* sebagai suatu produk adalah suatu rencana perjalanan menuju satu atau beberapa tempat persinggahan dan kembali ke tempat asal dengan beberapa komponen perjalanan yang diperlukan dalam perjalanan tersebut.
2. *Tour* sebagai suatu perjalanan.

Sedangkan menurut para ahli yang dikemukakan oleh Yoeti (1991:103), pariwisata berasal dari dua kata yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan, *wisata* dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata *reave* dalam Bahasa Inggris. Atas dasar itu maka kata “pariwisata” dapat juga diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke

tempat yang lain yang dalam Bahasa Inggris disebut juga dengan istilah *Tour*.

B. Ciri-Ciri Perjalanan Wisata

Perjalanan wisata adalah suatu perjalanan dengan ciri-ciri tertentu sebagai berikut:

1. Perjalanan keliling yang kembali lagi ke tempat asalnya.
2. Pelaku perjalanan hanya tinggal untuk sementara.
3. Perjalanan tersebut telah direncanakan terlebih dahulu.
4. Ada organisasi atau orang yang mengatur perjalanan tersebut.
5. Terdapat unsur-unsur produk wisata.
6. Ada tujuan yang ingin dicapai dalam perjalanan wisata tersebut, dilakukan dengan santai.

C. Tujuan Perjalanan Wisata

Prioritas seseorang atau kelompok untuk melakukan perjalanan wisata adalah mencari kesenangan atau kegembiraan, berikut adalah beberapa tujuan dari adanya pelaksanaan wisata:

1. Ingin bersantai, bersuka ria, rileks (lepas dari rutinitas).
2. Ingin mencari suasana baru atau suasana lain.
3. Memenuhi rasa ingin tahu untuk menambah wawasan.
4. Ingin berpetualang untuk mencari pengalaman baru.
5. Mencari kepuasan dari yang sudah didapatkan.

D. Dokumen Perjalanan Wisata

Mempersiapkan dokumen perjalanan wisata juga penting untuk membuat urusan administrasi jadi lebih lancar, khususnya saat harus melewati pemeriksaan imigrasi di negara tujuan. Untuk itu, berikut beberapa jenis dokumen perjalanan wisata yang wajib diketahui sebelum melakukan perjalanan ke luar negeri.

1. Paspor

Dokumen perjalanan wisata pertama yang wajib dibawa saat bepergian ke negara lain adalah paspor. Ini menjadi dokumen resmi yang menunjukkan identitas kewarganegaraan kamu ketika melakukan perjalanan ke luar negeri. Tak hanya satu jenis, paspor sendiri hadir dalam beberapa pilihan yang tentunya disesuaikan dengan fungsinya masing-masing.

a. Paspor biasa

Untuk paspor biasa berwarna hijau, jenis ini adalah yang paling umum dimiliki masyarakat. Paspor ini dapat kamu pakai untuk melakukan perjalanan wisata ke negara lain. Masa berlaku dari dokumen perjalanan wisata ke luar negeri ini hanya lima tahun dan dapat diperpanjang di kantor imigrasi.

b. E-paspor

E-paspor tentunya menawarkan lebih banyak kenyamanan dibandingkan paspor biasa. Karena memiliki data biometrik yang lebih lengkap dan akurat, dokumen perjalanan keluar negeri ini lebih mudah dipindai saat kamu melakukan kunjungan ke negara lain. Bahkan, proses verifikasi dari e-paspor lebih cepat

karena tidak melalui cara manual.

Penerapan e-paspor sendiri sudah dilakukan di beberapa negara maju, seperti Australia, Inggris, Jepang, Amerika Serikat, dan masih banyak lagi. Jenis paspor ini juga sudah sesuai dengan standar yang diberlakukan oleh *International Civil Aviation Organization* (ICAO). Keuntungan lain yang diterima oleh pemegang dokumen perjalanan satu ini adalah pengajuan visa jadi lebih mudah. Selain itu, beberapa negara juga memberikan bebas visa bagi mereka yang memiliki e-paspor.

c. Paspor Dinas

Seperti namanya, jenis paspor ini memang diperuntukkan bagi pegawai pemerintahan yang hendak melakukan perjalanan dinas ke luar negeri. Paspor ini memiliki warna biru dan biasanya dibutuhkan lampiran yang cukup banyak untuk bisa memperoleh jenis dokumen perjalanan ini. Beberapa dokumen yang harus disertakan adalah surat izin resmi dari atasan, surat bukti kelulusan beasiswa, dan sebagainya.

d. Paspor Diplomatik

Untuk jenis yang terakhir, paspor ini dikeluarkan secara resmi oleh pemerintah bagi mereka yang hendak melakukan perjalanan diplomatik. Selain itu, paspor ini dikeluarkan langsung oleh Kementerian Luar Negeri, yang mana itu menjadi pembeda antara paspor dinas dan diplomatik.

2. Visa

Jenis dokumen perjalanan wisata berikutnya adalah visa. Untuk bisa memasuki wilayah dari suatu negara secara legal, seseorang harus terlebih dahulu mengajukan visa atau bisa dikatakan sebagai izin berkunjung.

Jenis dokumen perjalanan ke luar negeri ini juga hadir dalam beberapa pilihan, yakni:

a. Visa Turis

Visa ini hanya digunakan untuk tujuan wisata. Pengajuan dokumen perjalanan ke luar negeri satu ini dapat kamu lakukan di kantor kedutaan negara tujuan.

Namun, perlu diperhatikan bahwa setiap negara memiliki syarat pengajuan visa yang berbeda. Oleh karena itu, pastikan bahwa dokumen yang kamu lampirkan sudah sesuai dengan prosedur pengurusan visa dikedutaan tersebut.

b. *Visa on Arrival*

Berbeda dengan visa turis yang harus diurus beberapa minggu atau bahkan bulan di kantor kedutaan, jenis visa ini bisa didapatkan saat pertama kali tiba di negara tujuan dan dapat diurus di bandara atau pelabuhan. Akan tetapi, *visa on arrival* hanya dikeluarkan oleh negara-negara tertentu yang umumnya memiliki hubungan dekat saja.

c. Visa Kunjungan Keluarga

Dokumen perjalanan ke luar negeri ini dibutuhkan saat kamu hendak mengunjungi keluarga yang tinggal di luar negeri. Sama seperti visa wisata, dokumen ini juga harus kamu urus sebelum berangkat ke negara tujuan. Pada

umumnya, pemegang visa kunjungan keluarga dapat tinggal selama tiga bulan di negara tempat sanak familinya menetap. Untuk pengurusan visa ini, tentunya diperlukan surat undangan dari keluarga yang menetap di negara tujuan. Maksudnya jelas, yakni untuk memberitahukan bahwa mereka akan menjadi penjamin selama kamu berada di negara tersebut.

d. Visa Belajar

Hampir sama dengan jenis visa lainnya, dokumen perjalanan ke luar negeri ini dipakai untuk tinggal secara legal disuatu negara, yang dalam praktiknya dikhususkan bagi para pelajar atau mahasiswa asing. Pemegang visa ini tetap diperbolehkan untuk mengambil pekerjaan sampingan, tetapi jumlah jam kerjanya harus sesuai dengan peraturan yang berlaku.

3. *Exit Permit*

Jenis dokumen perjalanan wisata berikutnya yang wajib kamu ketahui adalah *exit permit*. Bentuk dari dokumen perjalanan ini adalah lembaran kertas yang berisi stempel resmi dari kantor imigrasi. Lampiran itu pun kemudian ditempel pada paspor sebagai bukti bahwa kamu sudah memasuki atau keluar dari wilayah negara tertentu.

Masa berlaku dari dokumen penting ini rata-rata tiga bulan, tetapi bisa jadi lebih panjang tergantung pada jenis visa yang diperoleh.

4. *Re-entry Permit*

Dokumen perjalanan ini biasanya diurus oleh mereka yang sudah mendapat izin tinggal dalam kurun waktu tertentu di suatu negara. Orangasing dapat kembali memasuki wilayah negara yang menjadi tempat tinggal barunya dengan mengajukan *re-entry permit*. Jenis dokumen perjalanan ini harus diurus sebelum keberangkatan orang tersebut ke negara asalnya.

5. Surat Keterangan Fiskal

Dokumen perjalanan wisata lainnya yang harus dibawa saat hendak ke luar negeri adalah fiskal. Dalam hal ini, fiskal dimaknai sebagai surat keterangan yang menunjukkan bahwa kamu sebagai warga negara sudah membayar pajak sesuai peraturan yang berlaku.

Saat ini, bisa menunjukkan kepemilikan nomor pokok wajib pajak (NPWP) sebagai bukti bebas fiskal luar negeri kepada pihak otoritas bandara atau imigrasi.

6. Sertifikat Kesehatan

Saat hendak ke luar negeri, sebaiknya siapkan juga jenis dokumen perjalanan wisata ini karena beberapa negara tujuanmu mungkin mewajibkanmu untuk memiliki dokumen perjalanan satu ini.

Sertifikat kesehatan atau yang lebih dikenal dengan kartu sehat, merupakan dokumen resmi yang diterbitkan oleh dinas kesehatan, yang dapat dipakai saat seseorang melakukan perjalanan ke negara lain. Menurut istilah Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), kartu sehat disebut

yellow card.

Pengurusan kartu ini didasarkan pada Undang-Undang Kesehatan Internasional yang diberlakukan oleh WHO. Fungsinya adalah untuk membuktikan bahwa negara tempat kamu berasal sudah terbebas dari kasus penyakit menular seperti kolera, cacar air, dan lain sebagainya.

7. Asuransi Perjalanan

Dokumen perjalanan wisata yang satu ini juga penting untuk dibawa ketika kamu bepergian ke luar negeri. Jenis asuransi ini biasanya hanya bersifat jangka pendek atau paling lama enam bulan. Beberapa vendor asuransi perjalanan biasanya akan memberi jaminan untuk beberapa kasus seperti keterlambatan penerbangan, kehilangan bagasi, atau bahkan kecelakaan saat bepergian.

Kasus.

Dokumen perjalanan merupakan administrasi penting bagi wisatawan untuk bisa melakukan wisata.

Diskusikan mengenai persamaan dan perbedaan syarat-syarat dokumen perjalanan jika seorang WNI akan melakukan perjalanan ke negara Asia lainnya! (minimal 3 negara)

JENIS DAN MACAM WISATAWAN





BAB 5

JENIS DAN MACAM WISATAWAN

A. Asal Kata Wisatawan

Kata wisatawan sebenarnya berasal dari Bahasa Sanskerta, dari asal kata “wisata” yang berarti perjalanan, ditambah dengan akhiran “wan” yang berarti orang yang melakukan perjalanan wisata. Dalam Bahasa Inggris, orang yang melakukan perjalanan disebut *traveller*. Sedangkan orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan wisata disebut *tourist*. Definisi mengenai *tourist* sendiri di antara berbagai ahli atau badan internasional, masih belum ada keseragaman pengertian.

Perbedaan pengertian atau batasan ini disebabkan karena perbedaan latar belakang pendidikan atau keahlian, perbedaan kepentingan, dan perbedaan pandangan dari para ahli atau badan tersebut. Baik mengenai batasan wisatawan internasional maupun wisatawan domestik.

B. Pengertian Wisatawan

1. Menurut A. J. Norwal, wisatawan adalah seseorang yang memasuki wilayah negara lain dengan tujuan apapun selain usaha untuk mencari pekerjaan dan tinggal permanen dan yang mengeluarkan uang di negara kunjungan dan uang yang dibelanjakan bukan berasal

dari negara tersebut.

2. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa wisatawan adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
3. Menurut *International Union of Official Travel Organization* (IOUTO, 1967), wisatawan yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah.
4. Pengertian yang sama disampaikan oleh *World Tourism Organization* (WTO, 2004) yang dimaksud dengan wisatawan (visitor) untuk tujuan statistik, setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan negaranya sendiri dengan alasan apapun juga kecuali untuk mendapatkan pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjungi.

C. Kategori Wisatawan atau Pengunjung

1. Wisatawan (*Tourist*) yaitu pengunjung yang tinggal sementara sekurangnya selama 24 jam di negara yang dikunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut:
 - a. Pesiar (*Leasure*) untuk kepentingan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan, dan olahraga.
 - b. Hubungan dagang (*Business*), keluarga, konferensi,

misi, dan lain sebagainya.

2. Pelancong (*Excursionist*) yaitu wisatawan sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam.

D. Jenis dan Macam Wisatawan

Jenis dan macam wisatawan yang terlihat dari sifat perjalanan dan ruang lingkup di mana wisata itu dilakukan dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Wisatawan Asing (*Foreign Tourist*)

Wisatawan asing adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, datang memasuki negara lain yang bukan merupakan negara asalnya.

2. Wisatawan Asing Domestik (*Foreign Domestic Tourist*)

Wisatawan asing domestik adalah wisatawan asing yang berdiam di suatu negara di mana ia berdiam.

3. Wisatawan Domestik (*Domestic Tourist*)

Wisatawan domestik adalah wisatawan dalam negeri, yaitu warga suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri.

4. Wisatawan Domestik Asing (*Indigenous Tourist*)

Wisatawan domestik asing adalah warga suatu negara tertentu yang bertugas di luar negeri kemudian pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negara asalnya.

5. Wisatawan Transit (*Transit Tourist*)

Wisatawan transit adalah wisatawan dalam perjalanan wisata ke suatu negara tertentu yang terpaksa singgah di

suatu negara bukan atas kemampuannya sendiri.

6. Wisatawan Bisnis (*Business Tourist*)

Wisatawan bisnis adalah orang (baik orang asing maupun warga negara sendiri) yang melakukan perjalanan bukan dengan tujuan sebagai wisatawan tetapi perjalanan wisata akan dilakukan setelah tujuan utama selesai.

Kasus.

Jenis dan karakteristik wisatawan berpengaruh terhadap pola pariwisata suatu daerah.

Sebutkan dan jelaskan mengenai karakteristik wisatawan dari beberapa kota di Indonesia (minimal 5 kota) sertakan alasannya!

JENIS-JENIS PARIWISATA



BAB 6

JENIS – JENIS PARIWISATA

Kepariwisataan tidak menggejala sebagai bentuk tunggal. Istilah ini umum sifatnya yang menggambarkan beberapa jenis perjalanan dan penginapan sesuai dengan motivasi yang mendasari kegiatan tersebut. Orang melakukan perjalanan untuk memperoleh berbagai tujuan dan memuaskan bermacam-macam keinginan. Di samping itu, untuk keperluan perencanaan dan pengembangan kepariwisataan itu sendiri, perlu pula dibedakan antara pariwisata dengan jenis pariwisata lainnya sehingga jenis dan macam pariwisata yang dikembangkan akan dapat berwujud seperti diharapkan dari kepariwisataan itu sendiri. Sebenarnya pariwisata sebagai suatu gejala, terwujud dalam beberapa bentuk yang antara lain, misalnya:

A. Menurut Letak Geografis, dimana kegiatan pariwisata berkembang dibedakan menjadi :

1. 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.

2. 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.
3. Pariwisata nasional (*national tourism*) yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, dimana para pesertanya tidak saja terdiri dari warganegaranya sendiri tetapi juga orang asing yang terdiam di negara tersebut. Misalnya kepariwisataan yang ada di daerah-daerah dalam satu wilayah Indonesia.
4. 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.
5. Pariwisata internasional (*international tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang terdapat atau dikembangkan di banyak negara di dunia.

B. Menurut Pengaruhnya terhadap Neraca Pembayaran

1. Pariwisata aktif (*in bound tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala masuknya wisatawan asing ke suatu negara tertentu. Hal ini tentu akan mendapatkan masukan devisa bagi negara yang dikunjungi dengan sendirinya akan memperkuat posisi neraca pembayaran negara yang dikunjungi wisatawan.

2. Pariwisata pasif (*out-going tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga negara sendiri bepergian ke luar negeri sebagai wisatawan. Karena ditinjau dari segi pemasukan devisa negara, kegiatan ini merugikan negara asal wisatawan, karena uang yang dibelanjakan itu terjadi di luar negeri.

C. Menurut Alasan atau Tujuan Perjalanan

1. *Business tourism* yaitu jenis pariwisata dimana pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar dan lain-lain
2. *Vacational tourism* yaitu jenis pariwisata dimana orang-orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur, cuti, dan lain-lain
3. *Educational tourism* yaitu jenis pariwisata dimana pengunjung atau orang melakukan perjalanan untuk tujuan belajar atau mempelajari suatu bidang ilmu pengetahuan. Contohnya: darmawisata (*study tour*)
4. *Familiarization tourism* yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan guna mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya
5. *Scientific tourism* yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap sesuatu bidang ilmu pengetahuan.
6. *Special mission tourism* yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan dengan suatu maksud khusus, misalnya

misi kesenian, misi olah raga, maupun misi lainnya

7. *Hunting tourism* yaitu suatu kunjungan wisata yang dimaksudkan untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diijinkan oleh penguasa setempat sebagai hiburan semata-mata.

D. Menurut Saat atau Waktu Berkunjung

1. *Seasonal tourism* yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu. Contoh: *Summer tourism*, *winter tourism*, dan lain-lain.
2. *Occasional tourism* yaitu jenis pariwisata dimana perjalanan wisatawan dihubungkan dengan kejadian (*occasion*) maupun suatu *event*. Misalnya Sekaten di Yogyakarta, Nyepi di Bali, dan lain-lain.

E. Menurut Objeknya

1. *Cultural tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni dan budaya suatu tempat atau daerah.
2. *Recuperational tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan adalah untuk menyembuhkan penyakit, seperti mandi di sumber air panas, mandi lumpur, dan lain-lain.
3. *Commercial tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional dan internasional.

4. *Sport tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan adalah untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olah raga di suatu tempat atau negara tertentu.
5. *Political tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan tujuannya melihat atau menyaksikan suatu peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara. Misalnya: menyaksikan peringatan hari kemerdekaan suatu negara.
6. *Social tourism* yaitu jenis pariwisata dimana dari segi penyelenggaraannya tidak menekankan untuk mencari keuntungan, misalnya: *study tour*, piknik, dan lain-lain.
7. *Religion tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan tujuannya melihat atau menyaksikan upacara- upacara keagamaan, seperti: Upacara Bali Krama di Besakih, Haji atau Umroh bagi Agama Islam, dan lain-lain.
8. *Marine tourism* merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.

F. Menurut Lokasi yang Dituju

1. Wisata sejarah yaitu mengunjungi berbagai peninggalan dan situs sejarah. Bagi yang suka dengan arkeologi dan informasi yang berkaitan dengan sejarah atau masa lampau, datanglah untuk berwisata sejarah ke candi, museum, benteng, atau melihat prasasti.

2. Wisata alam yaitu jenis wisata yang dilakukan dengan obyek wisata berupa keindahan alam sekitar. Mata kita akan dimanjakan dengan keadaan alam yang menakjubkan dan sangat indah. Wisata alam yang dapat kita lakukan antara lain mendaki, berkemah.
3. Wisata religi yaitu melakukan wisata religi dengan mengunjungi tempat khusus umat beragama, makam, tempat beribadah. Bertujuan untuk lebih mendekatkan diri kepada Tuhan. Seperti melakukan wisata ke Masjid Istiqlal Jakarta bagi yang beragama Islam atau ke Gereja Katedral bagi penganut Kristen Katholik.
4. Wisata pendidikan ini disebut juga dengan wisata edukasi dan banyak dilakukan oleh anak-anak dan sekolah. Tujuan dari wisata pendidikan merupakan sebagai sarana penunjang pelajaran yang telah diberikan di sekolah. Wisata pendidikan diharapkan membuat anak lebih mudah memahami materi pelajaran.

G. Orang yang Melakukan Perjalanan

1. Wisata minat khusus yaitu jenis wisata ini biasanya dilakukan oleh orang - orang yang mempunyai minat terhadap hal tertentu dan tidak banyak yang berminat dengan wisata yang satu ini. Contoh wisata minat khusus adalah *trekking*, *rafting* (mengarungi sungai), *diving* (menyelam), *hiking* (mendaki gunung), dan lain sebagainya.
2. Wisata petualang yaitu wisata yang dilakukan dengan obyek wisata tempat-tempat menantang. Biasanya memiliki medan yang berat, yang termasuk salah satu

wisata petualangan panjat tebing, arung jeram, atau menyusuri gua vertikal.

3. Wisata banyak minat yaitu wisata jenis ini dilakukan oleh orang-orang yang tidak mempunyai minat khusus terhadap suatu hal.

Dengan kata lain, wisata banyak minat dilakukan oleh orang yang punya minat yang sama dengan orang lain pada umumnya, meliputi: wisata religi, wisata bahari, wisata budaya, wisata alam, wisata belanja, wisata sejarah, wisata kuliner, dan sebagainya.

4. Wisata *backpacker* yang dalam Bahasa Indonesia arti *backpacking* adalah tas gendong atau tas ransel. Jadi wisatawan yang tergolong wisatawan *backpacker* adalah orang yang pergi melakukan perjalanan wisata hanya dengan membawa tas gendong atau tas ransel saja. Dan mereka biasanya membawa sedikit barang (hanya barang yang pokok dan perlu saja yang dibawa). Wisata *backpacker* tidak terikat oleh waktu, bebas mengatur waktu kapan saja mereka hendak berwisata. Dan kelebihan lain dari wisata *backpacker* adalah biasanya mereka cenderung hemat dan tidak mau mengeluarkan biaya besar untuk melakukan wisata, mereka tidur dimanapun (kadang penginapan sewa murah), memilih memakai transportasi umum daripada kendaraan *traveling*, dan wisata ini kebanyakan dilakukan oleh anak-anak muda.

Kasus.

Jika anda diminta untuk membuat suatu wisata minat khusus di bidang kesehatan (health tourism),

Menurut anda jenis-jenis wisata apa saja yang bisa anda buat berdasarkan penjelasan teori jenis-jenis wisata di atas? Sertakan alasannya

MACAM-MACAM PARIWISATA





BAB 7

MACAM – MACAM PARIWISATA

Seiring berkembangnya zaman, pada era modern saat ini macam-macam pariwisata dapat dikategorikan ke dalam sepuluh kategori, berikut di antaranya:

A. Menurut Letak Geografis

1. Pariwisata lokal (*local tourism*) yaitu jenis kepariwisataan yang ruang lingkungannya lebih sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja. Misalnya: kepariwisataan Jakarta, kepariwisataan Manado, Kepariwisataaan Denpasar, dan lain-lain.
2. Pariwisata regional (*regional tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, dapat regional dalam lingkup nasional maupun internasional. Misalnya: Kepariwisataan Bali, Jakarta, Manado, dan lain-lain.
3. Pariwisata nasional (*national tourism*) yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, dimana pesertanya tidak hanya terdiri warganegaranya itu sendiri melainkan dari manca negara atau orang asing yang datang ke negara tersebut.

Misalnya: kepariwisataan yang ada di daerah Indonesia.

4. 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.
5. Pariwisata internasional (*international tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang terdapat atau dikembangkan di banyak negara di dunia.

B. Menurut Pengaruhnya terhadap Neraca Pembayaran

1. Pariwisata aktif (*in bound tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala masuknya wisatawan asing ke suatu negara tertentu. Hal ini tentu akan mendapatkan masukan devisa bagi negara yang dikunjungi dengan sendirinya akan memperkuat posisi neraca pembayaran negara yang dikunjungi wisatawan.
2. Pariwisata pasif (*out-going tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga negara itu sendiri bepergian keluar negeri sebagai wisatawan. Ditinjau dari segi pemasukan, negara asal wisatawan akan dirugikan karena uangnya akan dibelanjakan di luar negeri.

C. Menurut Alasan atau Perjalanan

1. *Business tourism* yaitu pariwisata dimana pengunjung datang untuk tujuan dinas, usaha dagang yang berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar, dan lain-lain.

2. *Vacation tourism* yaitu jenis pariwisata dimana orang-orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur, cuti, dan lain-lain.
3. *Educational tourism* yaitu jenis pariwisata dimana pengunjung atau orang yang melakukan perjalanan bertujuan untuk belajar.
4. *Familiarization tourism* yaitu perjalanan yang dimaksudkan guna mengenal lebih lanjut atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya.
5. *Scientific tourism* yaitu perjalanan wisata yang tujuannya pokoknya adalah memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan.
6. *Special mission tourism* yaitu perjalanan wisata yang dilakukan dengan suatu maksud khusus, misalnya: misi kesenian, dan sebagainya.
7. *Hunting tourism* yaitu perjalanan yang dimaksudkan untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diijinkannya oleh penguasa setempat sebagai hiburan semata-mata.

D. Menurut Waktu Berkunjung

1. *Seasonal tourism* yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu. Misalnya: *Summer tourist*, *Winter Tourist*, dan lain-lain.
2. *Occasional tourism* yaitu kegiatan perjalanan wisatawan yang dihubungkan dengan kejadian maupun *event*. Misalnya: Nyepi di Bali, dan sebagainya.

E. Menurut Objeknya

1. *Cultural tourism* yaitu jenis perjalanan pariwisata yang motivasinya karena adanya daya tarik dari seni atau budaya daerah.
2. *Recuperational tourism* yaitu perjalanan wisata yang motivasinya untuk menyembuhkan penyakit. Misalnya: mandi lumpur, dan lain- lain.
3. *Commercial tourism* perjalanan wisata yang motivasinya untuk melakukan perjalanan yang berkaitan dengan perdagangan nasional maupun internasional.
4. *Sport tourism* yaitu jenis perjalanan wisata yang motivasinya untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olahraga di suatu tempat tertentu.
5. *Political Tourism* yaitu jenis perjalanan wisata di mana motivasinya untuk melihat atau menyaksikan suatu peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara. Misalnya: menyaksikan peringatan kemerdekaan.
6. *Social tourism* yaitu jenis perjalanan wisata yang mana penyelenggaranya tidak menekankan untuk mencari keuntungan. Misalnya: piknik, *study tour*, dan lain-lain.
7. *Religion tourism*, yaitu perjalanan wisata yang motivasinya untuk menyaksikan atau melihat upacara– upacara keagamaan, seperti: haji umroh, Upacara Bali Krama, dan sebagainya.

F. Menurut Jumlah Orang yang Melakukan Perjalanan

1. *Individual tourism* yaitu seseorang wisatawan atau satu keluarga yang melakukan perjalanan wisata secara bersama.
2. *Family group tourism* yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu dengan yang lain.
3. *Group tourism* yaitu jenis perjalanan wisata dimana yang melakukan perjalanannya terdiri dari banyak rang yang bergabung dalam satu rombongan yang biasa diorganisasi oleh sekolah, organisasi, *tour operator* atau *travel agent*.

G. Menurut Alat Pengangkutan yang Digunakan

1. *Land tourism* yaitu perjalanan yang menggunakan transportasi darat.
2. *Sea tourism* perjalanan yang menggunakan transportasi laut.
3. *Air tourism* perjalanan yang menggunakan transportasi udara.

H. Menurut Umur yang Melakukan Perjalanan

1. *Youth tourism* yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan bagi para remaja yang suka melakukan perjalanan yang relatif murah.
2. *Adult tourism* yaitu kegiatan pariwisata yang diikuti oleh orang-orang usia lanjut, dan biasanya adalah pensiunan.

I. Menurut Jenis Kelamin

1. *Masculine tourism* yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya mayoritas dilakukan oleh pria. Misalnya: *safari hunting adventure*, dan sebagainya.
2. *Feminime tourism* yaitu jenis pariwisata yang mayoritas dilakukan oleh kaum wanita. Misalnya: rombongan untuk menyaksikan demonstrasi masak, dan sebagainya.

J. Menurut Harga dan Tingkat Sosial

1. *Deluxe tourism* yaitu perjalanan wisata yang menggunakan fasilitas standar mewah, baik alat angkutan, hotel, maupun atraksinya.
2. *Middle class tourism* yaitu jenis perjalanan wisata yang diperuntukan bagi mereka yang menginginkan fasilitas dengan harga yang tidak terlalu mahal tetapi tidak terlalu jelek pelayanannya.
3. *Social tourism* yaitu perjalanan wisata yang penyelenggaraannya dilakukan secara bersama dengan biaya yang diperhitungkan semurah mungkin dengan fasilitas yang cukup memadai dalam perjalanan.

Kasus.

Berdasarkan jenis kelamin, macam-macam pariwisata dikategorikan sebagai *Female Tourism* dan *Masculine Tourism*.

Menurut anda, apakah masing2 kategori tersebut bisa dilakukan oleh lawan gendernya? Jelaskan alasan dan contohnya!

DAMPAK PARIWISATA





BAB 8

DAMPAK PERISTIWA

A. Pengertian Dampak

Dampak adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat (baik positif maupun negatif). Dampak pariwisata dapat didefinisikan sebagai pengaruh perkembangan pariwisata di suatu destinasi wisata baik bernilai positif maupun negatif bagi masyarakat lokal, wisatawan, dan pelaku industri pariwisata lainnya.

B. Dampak Pariwisata dari Aspek Ekonomi

1. Dampak Positif:

- a. Meningkatkan pendapatan nasional yang berarti pendapatan perkapita bertambah, pendapatan nasional adalah akumulasi dari pendapatan masyarakat, di mana dengan adanya perkembangan pariwisata maka pendapatan masyarakat akan bertambah dengan menjual barang dan jasa wisata. Misalnya: restoran, hotel, biro perjalanan, pramuwisata, dan barang *souvenir*.
- b. Menambah kesempatan kerja karena industri pariwisata merupakan kegiatan mata rantai yang sangat panjang sehingga banyak membuka lapangan

pekerjaan bagi masyarakat setempat.

- c. Mendorong pembangunan daerah dan pedesaan serta memperbaiki daerah perkotaan.
- d. Membantu eksistensi bisnis lokal.
- e. Meningkatkan produk hasil kebudayaan karena meningkatnya konsumsi oleh para wisatawan.
- f. Menyebarkan pemerataan pendapatan penduduk dunia dan nasional.
- g. Memperluas pasaran barang-barang yang dihasilkan dalam negeri.

2. Dampak Negatif:

- a. Terjadinya pengangguran infrastruktur pada waktu musim tertentu.
- b. Ketergantungan yang berlebihan pada pariwisata membuat perekonomian lokal goyah terhadap perubahan pasar pariwisata.
- c. Terjadinya ketimpangan antara daerah tujuan wisata dengan daerah yang bukan tujuan wisata. Demikian juga, antara objek atau kawasan wisata dengan luar wisata.
- d. Harga tanah menjadi mahal, begitu juga harga bahan makanan terutama di daerah kawasan pariwisata dan sekitarnya yang ada kecenderungan orang suka menjualnya.
- e. Terjadinya urbanisasi dari desa ke daerah kawasan pariwisata yang menyebabkan bertambah sesaknya kawasan pariwisata.

C. Dampak Pariwisata dari Aspek Sosial Budaya

1. Dampak Positif

- a. *Conservation of Cultural Heritage* (pelestarian cagar budaya) Adanya perlindungan untuk benda-benda kuno, bangunan sejarah, seni tradisional seperti musik, drama, tarian, pakaian, upacara adat.
- b. *Renewal of Cultural Pride* (pembaruan kebanggaan budaya) Dengan adanya pembaharuan kebanggaan budaya maka masyarakat dapat memperbaharui kembali rasa bangga mereka terhadap peninggalan-peninggalan bersejarah ataupun budaya. *Cross Cultural Exchange* (pertukaran lintas budaya)
- c. Pariwisata dapat menciptakan pertukaran budaya dari wisatawan dengan masyarakat setempat, sehingga membuat para wisatawan mengerti tentang budaya setempat dan mengerti akan nilai-nilai dari tradisi masyarakat setempat.

2. Dampak Negatif

- a. *Overcrowding and loss of amenities for residents* (kepadatan penduduk dan hilangnya fasilitas bagi penduduk)
- b. *Cultural impacts* (dampak budaya) Tanpa di sadari mereka sudah terlalu mengkomersialkan budaya mereka sehingga tanpa sadar mereka telah mengurangi dan mengubah sesuatu yang khas dari adat mereka atau bahkan mengurangi nilai suatu budaya yang seharusnya bernilai religius.

- c. *Social Problems* (masalah sosial) Adanya percampuran budaya negatif antara wisatawan dengan masyarakat setempat.

D. Dampak Pariwisata dari Aspek Lingkungan

1. Dampak Positif

- a. Meningkatkan usaha pemerintah melakukan konservasi terhadap lingkungan alam, marga satwa dan lingkungan pertanian.
- b. Perbaikan manajemen lingkungan daerah pariwisata.
- c. Meningkatkan penyediaan infrastruktur baru dan perbaikan infrastruktur yang telah ada.
- d. Perubahan karakter areal bangunan melalui perluasan dan penataan kota.
- e. Meningkatkan perhatian pemerintah dan masyarakat terhadap usaha kebersihan lingkungan.

2. Dampak Negatif

- a. Infrastruktur *overload*, seperti terjadinya kemacetan lalu lintas.
- b. Terjadinya penumpukan sampah dan limbah yang merusak ekosistem disekitarnya.
- c. Terjadinya kerusakan terumbu karang oleh tangan usil, karena permintaan semakin banyak.
- d. Terjadinya penebangan hutan untuk kepentingan membangun infrastruktur pariwisata dimana hal tersebut merusak habitat fauna dan menyebabkan tanah longsor.
- e. Meningkatkan erosi yang berupa: abrasi pantai, tanah

longsor, kerusakan geologi, dan kerusakan tepi sungai.

Kasus.

Analisa dan jelaskan mengenai dampak-dampak dari *“sustainable tourism”*!

ASSIGMENT

Bab 9



BAB 9

ASSIGNMENT PARIWISATA

A. Pengertian *Assignment* Pariwisata

Mensosialisasikan dan mengembangkan kepariwisataan merupakan tugas dari semua unsur lapisan masyarakat dan bukan hanya tugas Pemerintah Kota (Pemkot) atau Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud). Akan tetapi, untuk mengembangkan destinasi pariwisata adalah tugas dan tanggung jawab kita Bersama. Tugas kita sebagai wisatawan saat berkunjung ke suatu destinasi wisata adalah hendaknya untuk senantiasa menjaga etika serta kebersihan di area destinasi wisata agar pengunjung yang lain juga merasa nyaman, serta destinasi wisata tersebut akan senantiasa terjaga kebersihannya dan fasilitas yang ada tidak akan mudah rusak.

Assignment dalam artian umum adalah tugas, sehingga jika diartikan *assignment* pariwisata adalah tugas pariwisata. Seperti yang kita semua ketahui, bahwa tugas dalam bidang pariwisata di daerah telah dikelola oleh kedinasan yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

Pihak suatu destinasi pariwisata memiliki *assignment* sendiri yang terangkum dalam 3 bagian penting, yaitu: tujuan, fungsi, dan manfaat. Sebuah agen

destinasi pariwisata hendaknya menyeimbangkan diantara ketiga bagian penting ini. Apabila salah satu dari ketiga bagian penting ini maka kegiatan pariwisata tidak akan berjalan lancar.

B. Tujuan Pariwisata

Menurut Undang-Undang RI pasal 4 Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, kepariwisataan bertujuan untuk:

1. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
2. Meningkatkan kesejahteraan rakyat.
3. Menghapus kemiskinan.
4. Mengatasi pengangguran.
5. Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya.
6. Memajukan kebudayaan.
7. Mengangkat citra bangsa.
8. Memupuk rasa cinta tanah air.
9. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa.
10. Mempererat persahabatan antarbangsa.

C. Fungsi Pariwisata

Berdasarkan undang-undang pariwisata pasal 3 No 10 tahun 2009, kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

Agen pariwisata diharapkan mampu memenuhi fungsi pariwisata seperti di atas sehingga sebagai agen pariwisata, *assignment* yang dilakukannya terbilang berhasil.

D. Manfaat Pariwisata

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

2. Menurut para ahli:

a. Menurut Leiper dalam Pitana dan Diarta (2009:185-188)

- 1) Pendapatan dari penukaran valuta asing. Menyehatkan neraca luar negeri. Surplus dari pendapatan penukaran valuta asing akan menyebabkan neraca perdagangan menjadi semakin sehat. Hal ini akan mendorong suatu negara mampu mengimpor beragam barang, pelayanan dan modal untuk meningkatkan taraf hidup dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.
- 2) Pendapatan dari usaha atau bisnis pariwisata. Pengeluaran dari wisatawan secara langsung ataupun tidak langsung merupakan sumber pendapatan dari beberapa perusahaan, organisasi, atau masyarakat perorangan yang melakukan usaha di sektor pariwisata. Jumlah wisatawan yang banyak merupakan pasar bagi produk lokal. Masyarakat secara perorangan juga mendapat penghasilan jika mereka bekerja dan mendapat upah dari pekerjaan tersebut. Pekerjaan di sektor pariwisata sangat beragam seperti pengusaha pariwisata, karyawan hotel dan restoran, karyawan agen perjalanan, penyedia jasa transportasi, pemandu wisata, penyedia souvenir, atraksi wisata, dan sebagainya.

- 3) Pendapatan pemerintah. Pemerintah memperoleh pendapatan dari sektor pariwisata dari beberapa cara. Sedangkan sumbangan pendapatan terbesar dari pariwisata bersumber dari pengenaan pajak.
- 4) Penyerapan tenaga kerja. Banyak individu menggantungkan hidupnya dari sektor pariwisata. Pariwisata merupakan sektor yang tidak bisa berdiri sendiri tetapi memerlukan dukungan dari sektor lain. Baik sektor pariwisata maupun sektor lain yang berhubungan merupakan lapangan kerja yang menyerap begitu banyak tenaga kerja.
- 5) *Multiple effect*. Efek multiplier merupakan efek ekonomi yang ditimbulkan kegiatan ekonomi pariwisata terhadap kegiatan ekonomi secara keseluruhan suatu daerah (daerah, negara) tertentu. Contohnya: Seumpama seorang wisatawan membelanjakan uangnya 1000 USD untuk membeli souvenir, perputaran uang itu adalah wisatawan – pemilik toko – karyawan – pemilik bahan kerajinan, dan lain-lain. Jadi pihak yang menerimaitu tidak hanya satu pihak.
- 6) Pemanfaatan fasilitas pariwisata oleh masyarakat lokal. Wisatawan dan masyarakat lokal sering berbagi fasilitas untuk berbagai kepentingan. Banyaknya wisatawan mendatangkan keuntungan yang cukup besar

sehingga suatu fasilitas dapat digratiskan pemanfaatannya untuk masyarakat lokal.

- 7) Meningkatnya permintaan akan produk pertanian lokal. Bagi daerah tujuan wisata yang sudah mengintegrasikan pembangunan pariwisata dengan pembangunan pertanian akan membuka peluang emas bagi para petani untuk mempromosikan hasil pertaniannya. Pariwisata mendorong petani untuk mempelajari teknik baru dalam memproduksi bahan pangan dan juga mendorong munculnya usaha pengolahan makanan yang meningkatkan nilai tambah produk pertanian lokal yang akhirnya mendorong petani untuk berswasembada.
- 8) Memacu pengembangan lokasi atau lahan yang kurang produktif. Pembangunan fasilitas pariwisata menyasar daerah atau lahan yang kurang bernilai ekonomi tinggi, kurang produktif, lahan kering dan sejenisnya. Hal ini akan membantu pengembangan daerah, yang sebelumnya kurang bernilai ekonomi kemudian menjadi lebih bermanfaat.
- 9) Menstimulasi minat dan permintaan akan produk eksotik dan tipikal bagi suatu daerah atau negara. Biasanya untuk daerah yang dibuka untuk tujuan wisata, pasti terdapat keunggulan yang dijadikan andalan, seperti kerajinan keraamik, pemandangan eksotik,

kesenian, dan lain-lain. Jika produk tersebut diminatipasti akan diekspor untuk memenuhi permintaan wisatawan, hal ini membangkitkan perekonomian daerah dan negara tersebut.

- 10) Penyebaran infrastruktur ke pelosok wilayah. Lokasi objek wisata yang menyebar ke daerah pinggiran memerlukan infrastruktur untuk mendukungnya dengan pendapatan dari pariwisata. Hal ini menguntungkan masyarakat lokal yang dapat menikmati infrastruktur.

b. Menurut WTO dalam Pitana dan Diarta (2009:200-203)

- 1) Diferensiasi struktur sosial. Diferensiasi sosial yang bersifat positif adalah transisi dan transformasi tenaga kerja dari sektor pertanian ke sektor jasa termasuk pariwisata, modernisasi sektor pertanian, berkembangnya industri kerajinan, penurunan jurang pemisah antara tingkat pendapatan, persamaan kesempatan memperoleh pendidikan antar strata sosial.
- 2) Modernisasi keluarga. Didapatnya status baru perempuan dalam keluarga petani tradisional. Jika perempuan mempunyai kesempatan sama untuk memperoleh pekerjaan di bidang Pariwisata. Hal itu akan mendorong cara pandang anggota keluarga lain berubah. Mereka akan lebih menghargai perempuan. Akibatnya selanjutnya adalah standar yang lebih liberal

diterapkan orang tua pada anak-anaknya, terutama anak perempuan.

- 3) Memperluas wawasan dan cara pandang masyarakat terhadap dunia luar. Keberadaan wisatawan di suatu tempat wisata akan mengubah *attitude* masyarakat setempat karena perubahan cara pandang terhadap wisatawan. Masyarakat tidak lagi berprasangka negatif terhadap wisatawan yang datang sebelum mengenal dengan baik.

Namun, manfaat pariwisata juga bisa dikategorikan menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Manfaat Pariwisata di Bidang Ekonomi
 - a. Mendatangkan devisa negara melalui pajak, seperti pajak restoran, pajak bandara, dan pajak karyawan.
 - b. Membuka lapangan pekerjaan bagi tenaga siap kerja. Para tenaga kerja bisa mendapatkan pekerjaan dari sektor pariwisata, seperti menjadi penjaga loket, membuka tempat makan, tempat perbelanjaan, dan pendirian penginapan.
 - c. Menstabilkan perekonomian lokal dan penganekaragaman pekerjaan. Melalui pariwisata keadaan perekonomian masyarakat akan meningkat dan itu tentu akan menstabilkan kondisi perekonomian lokal mereka.

d. Pembangunan yang meningkat di daerah destinasi wisata baik di kota maupun di daerah. Dengan demikian sektor pariwisata amat sangat berperan dalam menunjang pembangunan daerah yang akan menarik wisatawan baik domestik maupun internasional.

2. Manfaat Pariwisata di Bidang Sosial

- a. Mendorong pembelajaran bahasa asing dan keterampilan baru. Masyarakat daerah pariwisata akan terdorong mempunyai keterampilan berbahasa asing agar dapat berinteraksi dengan wisatawan yang berasal dari luar daerah, bahkan luar negeri.
- b. Akan menimbulkan perasaan bangga pada masyarakat akan destinasi pariwisata yang ada di daerahnya sehingga menimbulkan kesadaran untuk sama-sama menjaga dan melestarikan pariwisata tersebut.
- c. Sarana dan prasarana yang di kembangkan untuk pariwisata juga dapat menguntungkan penduduk.
- d. Dana pariwisata terkait telah memberikan kontribusi terhadap sekolah yang dibangun di beberapa daerah.
- e. Meningkatkan dan pemeratakan pendapatan rakyat. Belanja di daerah destinasi pariwisata akan meningkatkan

SAPTA PESONA



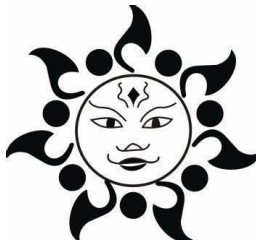
BAB 10

SAPTA PESONA

A. Pengertian Sapta Pesona

Sapta pesona merupakan kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan ke suatu daerah atau wilayah di negara kita. Kita harus menciptakan suasana indah mempesona dimana saja dan kapan saja. Khususnya ditempat-tempat yang banyak dikunjungi wisatawan dan pada waktu melayani wisatawan. Dengan kondisi dan suasana yang menarik dan nyaman, wisatawan akan betah tinggal lebih lama, merasa puas atas kunjungannya dan memberikan kenangan yang indah dalam hidupnya.

Sapta pesona merupakan konsep sadar wisata dengan dukungan peran serta masyarakat sebagai tuan rumah destinasi, dalam upaya menciptakan lingkungan dan suasana kondusif, yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata melalui 7 unsur yaitu Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah, dan Kenangan.



B. Unsur Sapta Pesona

Sapta Pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu:

1. Aman

Yakni suatu kondisi dimana wisatawan dapat merasakan dan mengalami suasana yang aman, bebas dari ancaman, gangguan, serta tindak kekerasan dan kejahatan merasa terlindungi:

- a. Tindak kejahatan, kekerasan, ancaman seperti kecopetan, pemerasan, penodongan, dan penipuan, dan sebagainya.
- b. Kecelakaan yang disebabkan oleh alat perlengkapan dan fasilitas yang kurang baik, seperti: kendaraan, peralatan untuk makan dan minum, lift, alat perlengkapan atau rekreasi, dan olahraga.
- c. Gangguan oleh masyarakat antara lain berupa pemaksaan oleh pedagang asongan, tangan jahil, ucapan dan tindakan serta perilaku yang tidak bersahabat, dan sebagainya. Jadi aman berarti terjamin keselamatan jiwa dan fisik, termasuk milik (barang) wisatawan.

2. Tertib

Yakni suatu kondisi yang mencerminkan suasana tertib dan teratur serta disiplin dalam semua segi kehidupan masyarakat baik dalam hal lalu lintas kendaraan, penggunaan fasilitas maupun dalam berbagai perilaku masyarakat lainnya, misalnya: lalu lintas tertib, teratur, serta lancar alat angkutan datang dan berangkat tepat pada waktunya.

- a. Tidak nampak orang yang berdesakan atau berebut untuk mendapatkan atau membeli sesuatu yang diperlukan.
- b. Bangunan dan lingkungan ditata teratur dan rapi.
- c. Informasi yang benar dan tidak membingungkan.

3. Bersih

Yaitu kondisi yang memperlihatkan sifat bersih dan higienis baik keadaan lingkungan, sarana pariwisata, alat perlengkapan pelayanan maupun manusia yang memberikan pelayanan tersebut. Wisatawan akan merasa betah dan nyaman bila berada ditempat tempat yang bersih dan sehat, seperti:

- a. Lingkungan yang bersih baik dirumah sendiri maupun di tempat-tempat umum, restoran, angkutan umum, tempat rekreasi tempat buang air hotel.
- b. Sajian makanan dan minuman bersih dan sehat
- c. Penggunaan dan penyediaan alat perlengkapan yang bersih
- d. Pakaian dan penampilan petugas bersih, rapi dan tidak mengeluarkan bau tidak sedap

4. Sejuk

Yaitu terciptanya suasana yang segar, sejuk, serta nyaman yang dikarenakan adanya penghijauan secara teratur dan indah baik dalam bentuk taman maupun penghijauan di setiap lingkungan tempat tinggal, untuk itu hendaknya kita semua:

- a. Turut serta aktif memelihara kelestarian lingkungan dan

hasil penghijauan yang telah dilakukan masyarakat ataupun pemerintah.

- b. Berperan secara aktif untuk menganjurkan dan memelopori agar masyarakat setempat melaksanakan kegiatan penghijauan dan memelihara kebersihan, menanam berbagai tanaman di halaman rumah masing-masing baik untuk hiasan maupun tanaman yang bermanfaat bagi rumah tangga, di halaman sekolah dan lain sebagainya.
- c. Membentuk perkumpulan yang bertujuan memelihara kelestarian lingkungan.
- d. Menghiasi ruang belajar atau kerja, ruang tamu, ruang tidur, dan tempat lainnya dengan aneka tanaman penghias atau penyejuk yang memprakarsai berbagai kegiatan dan upaya lain yang dapat membuat lingkungan hidup kita menjadi sejuk, bersih, segar, dan nyaman.

5. Indah

Yaitu kondisi yang mencerminkan penataan yang teratur, tertib, dan serasi baik mengenai prasarana, sarana, penggunaan tata warna yang serasi, selaras dengan lingkungannya serta menunjukkan sifat-sifat kepribadian nasional. Indah yang selalu sejalan dengan bersih dan tertib dan tidak terpisahkan dari lingkungan hidup baik berupa ciptaan Tuhan Yang Maha Esa maupun hasil karya manusia. Karena itu kita wajib memelihara lingkungan hidup agar lestari dan dapat dinikmati oleh umat manusia.

6. Ramah Tamah

Yaitu sikap dan perilaku masyarakat yang ramah dan sopan dalam berkomunikasi, memberikan pelayanan serta ringan tangan untuk membantu tanpa pamrih. Ramah tamah merupakan watak dan budaya bangsa Indonesia pada umumnya, selalu menghormati tamunya dan dapat menjadi tuan rumah yang baik. Sikap ramah tamah ini merupakan salah satu daya tarik bagi para wisatawan. Oleh karena itu, harus kita memelihara sikap tersebut agar tidakluntur termakan oleh zaman.

7. Kenangan

Yaitu kesan yang menyenangkan dan akan selalu diingat. Kenangan dapat berupa yang indah dan menyenangkan akan tetapi dapat pula yang tidak menyenangkan. Kenangan yang ingin diwujudkan dalam ingatan dan perasaan wisatawan dari pengalaman berwisata di Indonesia, dengan sendirinya adalah yang menyenangkan. Kenangan yang indah ini dapat pula diciptakan dengan antara lain:

- a. Akomodasi yang nyaman, bersih dan pelayanan yang cepat tepat dan ramah.
- b. Atraksi-atraksi budaya khas yang mempesona.
- c. Jenis makanan khas daerah yang lezat dengan penampilan dan penyajiannya yang menarik dan higienis.
- d. Cendera mata yang merupakan ciri khas daerah dengan tampilan yang indah dan harga yang murah.

Sapta pesona dan tujuan pelaksanaannya begitu luas dan tidak untuk kepentingan pariwisata semata. Memasyarakatkan dan membudayakan sapta pesona dalam kehidupan sehari-hari mempunyai tujuan jauh lebih luas, yaitu untuk meningkatkan disiplin nasional dan jati diri bangsa yang juga akan meningkatkan citra baik bangsa dan negara.

C. Makna Logo Sapta Pesona

Dilambangkan dengan matahari yang bersinar sebanyak 7 buah yang terdiri atas unsur Keamanan, Ketertiban, Kebersihan, Kesejukan, Keindahan, Keramahan, dan Kenangan. Tujuan diselenggarakan program sapta pesona adalah untuk meningkatkan kesadaran, rasa tanggung jawab segenap lapisan masyarakat, baik pemerintah, swasta, maupun masyarakat luas untuk mampu bertindak dan mewujudkannya dalam kehidupan sehari-hari.

D. Tujuan Sapta Pesona

Tujuan diselenggarakan program sapta pesona adalah untuk meningkatkan kesadaran, rasa tanggung jawab segenap lapisan masyarakat, baik pemerintahan, swasta, maupun masyarakat luas untuk mampu bertindak dan mewujudkan dalam kehidupan sehari-hari agar wisatawan mendapatkan kesan baik dari objek wisata.

Kasus.

Anda telah mengetahui dan memahami mengenai komponen-komponen Sapta Pesona Menurut anda, apa kaitan komponen Sapta Pesona yang satu dengan yang lain? Jelaskan berdasarkan perspektif pariwisata!

CIRI PRODUK JASA DAN BARANG





BAB 11

CIRI PRODUK DAN JASA

A. Pengertian Produk

Pengertian produk secara umum adalah segala sesuatu yang mampu dihasilkan dari proses produksi berupa barang ataupun jasa yang nantinya bisa diperjual-belikan di pasar. Pengertian produk wisata adalah segala jenis produk, baik berbentuk barang ataupun jasa yang merupakan komoditas pariwisata atau keseluruhan fasilitas yang berbentuk nyata maupun tidak nyata yang sudah disediakan oleh wisatawan untuk memperoleh kenikmatan suatu rangkaian perjalanan dan dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan. Menurut batasan ini produk wisata adalah semua bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan dari ia berangkat meninggalkan tempat tinggalnya hingga ia kembali pulang.

Produk pariwisata merupakan suatu susunan produk yang terpadu, yang terdiri dari objek wisata, atraksi wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan di mana setiap unsur dipersiapkan oleh setiap perusahaan dan ditawarkan secara terpisah. Pengertian Produk Menurut Para Ahli

1. Burkart dan Medlik (1986), yaitu suatu susunan produk terpadu, yang terdiri dari daya tarik wisata, transportasi,

akomodasi dan hiburan, dimana tiap unsur produk pariwisata dipersiapkan oleh perusahaan yang berbeda-beda dan ditawarkan secara terpisah kepada wisatawan.

2. Medlik dan Middleton, produk pariwisata terdiri dari bermacam-macam unsur dan merupakan suatu paket yang tidak terpisahkan serta memenuhi kebutuhan wisatawan sejak meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke tempat-tempat tujuan dan kembali lagi ketempat asalnya.
3. Gamal Suwanto (2007:75), pada hakikatnya produk wisata adalah keseluruhan perjalanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan sampai kembali kerumah dimana ia berangkat semula.
4. Bukart dan Medlik dalam Yoeti (1986:151), mendeskripsikan produk wisata sebagai susunan produk yang terpadu, yang terdiri dari obyek wisata, atraksi wisata, transportasi (jasa angkutan), akomodasi, dan hiburan di mana tiap unsur dipersiapkan oleh masing-masing perusahaan dan ditawarkan secara terpisah.

B. Pengertian Jasa

Secara umum, jasa adalah suatu kegiatan ataupun tindakan yang tidak berwujud, tidak bisa diraba, namun bisa diidentifikasi, direncanakan, dan dilakukan untuk memenuhi suatu permintaan dan juga kepuasan pelanggan. Arti lain dari jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang melibatkan adanya berbagai interaksi dengan konsumen

atau dengan berbagai barang milik, namun tidak terjadi kegiatan pindah kepemilikan.

Di dalam proses menghasilkan jasa, maka bisa menggunakan ataupun memanfaatkan barang yang berwujud. Walaupun dalam menghasilkan jasa memerlukan barang berwujud, namun tidak akan terjadi pemindahan hak milik atas suatu barang tersebut.

Usaha sarana pariwisata adalah penyediaan akomodasi, makanan dan minuman, angkutan wisata, sarana wisata dan kawasan pariwisata. Termasuk di dalamnya semua fasilitas atau kelengkapan daerah tujuan wisata yang di perlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dan menikmati perjalanan wisatanya, serta memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam.

1. Jenis-Jenis Usaha Jasa Pariwisata.

- a. Usaha Daya Tarik Wisata adalah usaha pengelolaan daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata buatan atau binaan manusia.
- b. Usaha Kawasan Pariwisata adalah usaha pembangunan dan pengelolaan kawasan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata sesuai peraturan perundang-undangan.
- c. Usaha Jasa Transportasi Pariwisata adalah usaha penyediaan angkutan untuk kebutuhan dan kegiatan pariwisata, bukan angkutan transportasi regular atau umum.

2. Usaha Jasa Perjalanan Wisata :
 - a. Biro Perjalanan Wisata adalah usaha penyediaan jasa perencanaan perjalanan atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata, termasuk penyelenggaraan perjalanan ibadah.
 - b. Agen Perjalanan Wisata adalah usaha jasa pemesanan sarana, seperti: pemesanan tiket dan pemesanan akomodasi serta pengelolaan dokumen perjalanan.
3. Usaha Jasa Makanan dan Minuman adalah usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajiannya.
 - a. Restoran adalah usaha penyediaan makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian, di dalam satu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah.
 - b. Rumah makan adalah usaha penyediaan makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses penyimpanan, dan penyajian, di dalam satu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah.
 - c. Bar atau rumah minum adalah usaha penyediaan minuman beralkohol dan non-alkohol dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajiannya, di dalam satu tempat tetap yang tidak berpindah-

pindah.

- d. Kafe adalah penyediaan makanan ringan dan minuman ringan dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajiannya, di dalam satu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah.
 - e. Jasa boga adalah usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian, untuk disajikan di lokasi yang diinginkan oleh pemesan.
 - f. Pusat penjualan makanan adalah usaha penyediaan tempat untuk restoran, rumah makan atau kafe dilengkapi dengan meja dan kursi.
4. Usaha Penyediaan Akomodasi adalah usaha penyediaan pelayanan penginapan untuk wisatawan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya.
- a. Hotel adalah penyediaan akomodasi secara harian berupa kamar-kamar di dalam satu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan atau fasilitas lainnya.
 - b. Bumi perkemahan adalah penyediaan akomodasi di alam terbuka dengan menggunakan tenda.
 - c. Persinggahan karavan adalah penyediaan tempat untuk kendaraan yang dilengkapi fasilitas menginap di alam terbuka dapat dilengkapi dengan kendaraannya.

- d. Vila adalah penyediaan akomodasi berupa keseluruhan bangunan tunggal yang dapat dilengkapi dengan fasilitas, kegiatan hiburan, serta fasilitas lainnya.
 - e. Pondok wisata adalah penyediaan akomodasi berupa bangunan rumah tinggal yang dihuni oleh pemiliknya dan dimanfaatkan sebagian untuk disewakan dengan memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari pemiliknya.
5. Usaha Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan dan Rekreasi adalah usaha penyelenggaraan kegiatan berupa usaha seni pertunjukan, arena permainan, karaoke, serta kegiatan hiburan dan rekreasi lainnya yang bertujuan untuk pariwisata, tetapi tidak termasuk di dalamnya wisata tirta dan spa.
- a. Gelanggang olahraga adalah usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas untuk berolahraga dalam rangka rekreasi dan hiburan.
 - b. Gelanggang seni adalah usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas untuk melakukan kegiatan seni atau menonton karya seni atau pertunjukan seni.
 - c. Arena permainan adalah usaha yang menyediakan tempat menjual dan fasilitas untuk bermain dengan ketangkasan.
 - d. Hiburan malam adalah usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas bersantai dan melantai diiringi musik dan cahaya lampu dengan atau tanpa

pramuria.

- e. Panti pijat adalah usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas pemijatan dengan tenaga pemijat yang terlatih.
 - f. Taman rekreasi adalah usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas untuk berekreasi dengan bermacam-macam atraksi.
 - g. Karaoke adalah usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas menyanyi dengan atau tanpa pemandu lagu.
 - h. Jasa impresariat atau promotor adalah usaha pengurusan penyelenggaraan hiburan, berupa mendatangkan, mengirimkan, maupun mengembalikan artis atau olahragawan Indonesia dan asing, serta melakukan pertunjukan yang diisi oleh artis atau olahragawan yang bersangkutan.
6. Usaha Jasa Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konferensi dan Pameran adalah pemberian jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orang, penyelenggaraan perjalanan bagi karyawan, dan mitra usaha sebagai imbalan atas prestasinya, serta penyelenggaraan pameran dalam rangka penyebarluasan informasi dan promosi suatu barang dan jasa yang berskala nasional, regional, dan internasional.

7. Usaha Jasa Informasi Pariwisata adalah usaha penyediaan data, berita, feature, foto, video, dan hasil penelitian mengenai kepariwisataan yang disebarkan dalam bentuk bahan cetak atau elektronik.
8. Usaha Jasa Konsultan Pariwisata adalah usaha penyediaan saran dan rekomendasi mengenai studi kelayakan, perencanaan, pengelolaan usaha, penelitian, dan pemasaran di bidang kepariwisataan.
9. Usaha Jasa Pramuwisata adalah usaha penyediaan dan pengoordinasian tenaga pemandu wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan kebutuhan biro perjalanan wisata.
10. Usaha Wisata Tirta yang selanjutnya disebut dengan usaha pariwisata adalah usaha penyelenggaraan wisata dan olahraga air, termasuk penyediaan sarana dan prasarana serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial di perairan laut, pantai, sungai, danau, dan waduk.
 - a. Wisata bahari adalah penyelenggaraan wisata dan olahraga air, termasuk penyediaan sarana dan prasarana serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial di perairan laut.
 - b. Wisata sungai, danau, dan waduk adalah penyelenggaraan wisata dan olahraga air,

termasuk penyediaan sarana dan prasarana serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial di perairan sungai, danau, dan waduk.

11. Usaha SPA adalah usaha perawatan yang memberikan layanan dengan metode kombinasiterapi air, terapi aroma, pijat, rempah-rempah, layanan makanan/minuman sehat, dan olah aktivitas fisik dengan tujuan menyeimbangkan jiwa dan raga dengan tetap memperhatikan tradisi dan budaya bangsa Indonesia.

C. Ciri-Ciri Produk Jasa

1. Tidak Memiliki Wujud (*Intangibility*)

Ciri jasa yang paling pertama adalah tidak memiliki wujud atau bentuk (*Intangible*). Artinya, produk yang berbentuk jasa pada dasarnya sifatnya adalah abstrak karena tidak bisa dilihat, dirasakan, ataupun disentuh sama seperti halnya pada suatu barang fisik.

2. Berubah-Ubah (*Variability*)

Jasa adalah suatu unjuk kerja yang sifatnya heterogenitas. Selain itu, jasa juga sangat mudah berubah, tergantung pada kapan, dimana, dan pada siapa jasa itu dikerjakan. Untuk itu, tidak ada hasil jasa yang sama walaupun dilakukan oleh satu orang yang sama.

3. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Biasanya, produk dengan bentuk jasa bisa dihasilkan dan dirasakan pada waktu yang bersamaan, dengan adanya partisipasi dari konsumen pada prosesnya. Artinya,

konsumen harus ada pada tempat jasa yang diminta dan jugamelihat ataupun ambil bagian dari kegiatan jasa tersebut.

4. Mudah Lenyap (*Perishability*)

Produk jasa tidak akan bisa dijual kembali, disimpan, ataupun dikembalikan pada produsen jasa yang mana ada orang yang membelinya. Sehingga, jasa adalah suatu produk yang lebih mudah lenyap dan tidak akan bisabertahan lama.

D. Pengertian Barang

Barang merupakan produk dengan wujud fisik yang menjadikannya bisa dilihat, dirasa, disentuh, dipegang, dan mendapat perlakuan fisik lainnya. Manfaat dari suatu barang adalah kemampuan dari barang itu untuk memenuhiatau memuaskan kebutuhan manusia baik yang bersifat subjektifdan besifat objektif.

E. Ciri-ciri Produk Barang

1. Berwujud.
2. Memiliki nilai dan manfaat yang dapat dirasakan saat digunakan.
3. Bila digunakan, nilai, manfaat, dan bendanya sendiri dapat berkurangatau bahkan habis.

Jadi, perbedaan produk barang dan produk jasa adalah:

Barang merupakan produk dengan wujud fisik yang menjadikannya bisa dilihat,dirasa, disentuh, dipegang, dan mendapat perlakuan fisik lainnya.

Jasa adalah kegiatan yang memberi manfaat. Kegiatan ini ditawarkan suatu pihak (penjual) ke pihak lain (pembeli) tanpa wujud dan tanpa menghasilkan kepemilikan.

Kasus.

Berdasarkan penjelasan teori mengenai ciri-ciri produk dan jasa, Diskusikan dan jelaskan pendapat Anda mengenai produk-produk pariwisata dan ciri-cirinya!

TEMA DAN STRUKTUR ORGANISASI

Bab **12**

BAB 12

TEMA DAN STRUKTUR ORGANISASI

Menurut buku, "EO, 7 Langkah Jitu Membangun Bisnis Event Organizer" yang ditulis oleh *Professional Event Organizer*, Yudhi Megananda, EO dalam konteks sebagai sebuah bisnis memiliki definisi sebagai berikut: usaha dalam bidang jasa yang secara sah ditunjuk oleh *clientnya*, guna mengorganisasikan seluruh rangkaian acara, mulai dari perencanaan, persiapan, eksekusi hingga evaluasi, dalam rangka membantu mewujudkan tujuan yang diharapkan *client* dengan membuat acara.

Dari penjabaran di atas dapat disimpulkan terjadi 3 tahapan dalam penyelenggaraan acara yaitu:

1. *Pre event*: perencaan dan persiapan sebelum acara.
2. *On event*: pelaksanaan acara.
3. *Post event*: evaluasi dan pengembangan mengenai acara selanjutnya.

A. Macam-Macam Jenis Acara

Berikut ini macam- macam acara berdasarkan jenis penyelenggaraannya :

1. Olahraga: pertandingan profesional, kompetisi peringkat, pertandingan persahabatan atau eksibisi, dan

lomba-lomba.

2. Seni: pementasan, lomba atau festival, pentas eksibisi atau apresiasi.
3. Topik wicara: diskusi, seminar, sarasehan, *talk show*, *dialog*, *varietyshow*, presentasi.
4. Pameran: pameran komoditas perdagangan, pemeran seni.
5. Pribadi: pesta pernikahan, pesta pernikahan, syukuran, jabatan baru, pisah sambut, pesta peringatan pribadi.

B. Tema

Tema acara adalah faktor utama yang mengawali tahapan perencanaan selanjutnya dalam menentukan acara yang akan diselenggarakan. Tema yang dipilih merupakan fenomena baru untuk mendapatkan perhatian dari calon peserta (*event*) maupun pengunjung nantinya. Tema bisa juga diambil dari sebuah acara yang sudah pernah diterapkan sebelumnya. Namun dengan kreativitas yang tinggi, acara itu bisa dikemas dengan konsep yang baru dan dalam suasana yang lebih menyegarkan. Untuk menyusun konsep acara, pihak penyelenggara melakukan diskusi di antara anggotanya. Salah satu faktor yang mempengaruhi konsep acara yaitu target audience yang dituju. Dengan kata lain, orang yang diharapkan akan mendatangi acara yang akan diselenggarakan.

C. Jenis Sumber Daya Manusia dalam Penyelenggaraan *Event*

Jenis sumber daya manusia yang terlibat dalam penyelenggaraan *event* ada 2 macam (Any Noor, 2013:152) yaitu staf yang dibayar untuk melakukan penyelenggaraan *event* dan sukarelawan.

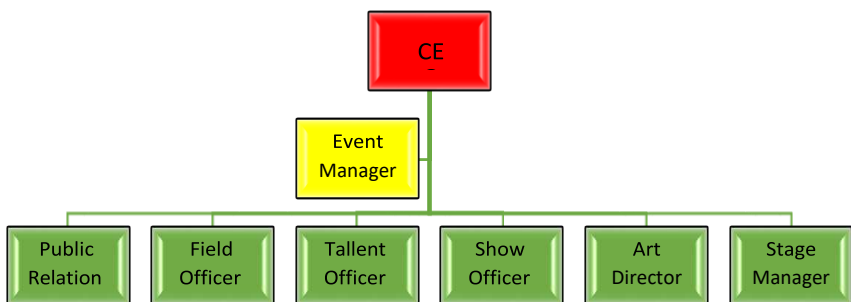
1. Pegawai yang dibayar

Staf yang dibayar dan dibutuhkan pada saat-saat tertentu saja. Jenis pekerjaan pada penyelenggaraan *event* meliputi persiapan, pelaksanaan, dan penutupan *event*. Jumlah staf terbanyak hanya pada saat persiapan dan pelaksanaan *event* aja. Biasanya staf yang bekerja dalam *event* akan dibayar sesuai jumlah jam atau jumlah hari kerja.

2. Sukarelawan

Sesuai dengan namanya, sukarelawan tidak akan mendapatkan bayaran atas peran sertanya dalam *event* tetapi mereka akan mendapatkan fasilitas standar yang telah ditetapkan oleh penyelenggara.

Contoh Struktur Organisasi *Event Organizer*



D. Tugas Struktur Organisasi *Event Organizer*

1. *CEO*: Sebagai Owner.
2. *Event Manager*: Memimpin berjalannya proyek dan bertanggung jawab atas kelancaran dan kesuksesan *event* mulai dari perencanaan hingga *event* selesai.
3. *Field Officer*: Menangani persiapan *venue*, promosi, perijinan dan keamanan, konsumsi, pengadaan perlengkapan, keuangan, kesekretariatan, dan sebagainya.
4. *Talent Officer*: Menangani pekerjaan yang berhubungan dengan *talents* atau artis atau pengisi acara, mulai dari negosiasi waktu, honor, membuat MOU sampai pada kebutuhan artis saat pentas, transportasi, konsumsi, akomodasi, dan lain-lainnya.
5. *Show Officer*: Bertanggungjawab terhadap kualitas sajian acara, baik dari segi artistik maupun kenyamanan *audience*.
6. *Art Director*: Bertanggungjawab terhadap permasalahan artistik, seperti: tampilan panggung, dekorasi, dan efek-efek lainnya yang berhubungan dengan estetika.
7. *Stage Manager*: Bertanggungjawab terhadap kelancaran acara. *Stage Manager* akan mengatur kemunculan *talents* sesuai *rundown* dan mengendalikan waktu tampil.

Kasus.

Jelaskan berdasarkan perspektif ekonomi kepariwisataan, seberapa pentingnya peran Event Organizer dalam kegiatan kepariwisataan!

ISTILAH





BAB 13

ISTILAH DALAM PARIWISATA

A. Pengertian Istilah

Istilah adalah kata atau frasa (gabungan kata) yang dipakai sebagai nama atau lambang dan dengan cermat mengungkapkan makna, proses, konsep, keadaan atau sifat yang khas dalam bidang tertentu seperti ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan lain sebagainya. Istilah sendiri bisa disebut sebagai kosakata. Kosakata tersebut digunakan sehari-hari dalam kehidupan manusia dalam penyebutan sesuatu. Misalnya, manusia melangkahkan kaki bisa disebut "berjalan" dan ketika kecepatannya ditambah kemudian disebut "lari". Lalu, dari mana sumber penyebutan itu? Dalam setiap bahasa, pembentukan kata istilah di dalamnya bersifat terbuka. Bahasa berawal dari kesepakatan yang kemudian digunakan secara terus-menerus. Dalam praktiknya, interaksi satu penutur dengan penutur lain bisa saling mempengaruhi bahasa.

Pada akhirnya, terjadi interaksi untuk saling menyerap kata istilah. Hal itu bisa terjadi karena tak ada bahasa yang lengkap. Hal itu bisa disadari oleh orang menguasai beberapa bahasa. Mereka akan mencari padanan dari bahasa lain jika ingin berkomunikasi tapi tak menemukan istilah yang tepat dalam bahasa yang dipakai.

B. Jenis Istilah

Istilah dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu istilah umum dan istilah khusus. Istilah umum adalah kata yang awalnya berasal dari bidang tertentu kemudian digunakan secara luas hingga dianggap sebagai kosakata umum.

Contoh: meja, kursi, dan lemari awalnya merupakan istilah dalam bidang perabotan atau interior. Karena perabotan tersebut digunakan secara luas maka istilah tersebut pun menjadi umum.

Kata istilah khusus adalah kosakata yang dipakai secara terbatas di bidang tertentu. Meski suatu istilah sudah ada sejak lama, tetap saja tidak menjadi kosakata umum yang digunakan sehari-hari. Biasanya, hal tersebut hanya digunakan dalam satu bidang tertentu, misalnya kedokteran, ekonomi, dan politik. Sebagai contoh, kalian bisa menyimak penjelasan berikut ini.

1. Istilah *kardiovaskular*, *hipertensi*, *morbiditas*, dan *mortalitas* merupakan istilah yang sudah sejak lama digunakan dalam bidang kedokteran atau kesehatan. Istilah tersebut digunakan untuk menjelaskan hal-hal yang hanya berkaitan di bidang kesehatan.
2. Istilah *deflasi*, *bull market*, *bear market* merupakan kosakata dalam bidang ekonomi yang digunakan secara khusus membicarakan bidang tersebut.

C. Faktor Penyusun Istilah

Sebelum kata istilah menjadi sebuah kosakata, baik kosa kata umum ataupun khusus, ada beberapa faktor yang dijadikan pertimbangan. Berdasarkan Seri Penyuluhan Bahasa Indonesia yang berjudul "Tata Istilah" (2016), faktor yang memengaruhi adalah sebagai berikut:

1. Kata istilah dipilih dari kata atau frasa yang paling tepat untuk mengungkapkan suatu konsep. Dalam bahasa Indonesia misalnya, terdapat dua kata atau lebih yang memiliki kemiripan makna, seperti "area", "kawasan", "daerah", dan "wilayah". Untuk menentukan istilah yang dipakai, kalian perlu mempertimbangkan makna yang paling tepat untuk mewakili konsep yang ingin diungkapkan.
2. Keringkasan kata dan frasa menjadi pertimbangan untuk menentukan pemakaian sebuah istilah. Misalnya, "pakan" dipilih karena lebih ringkas daripada "pakan ternak". Contoh lain, "jelaga" dipilih karena lebih ringkas daripada "hitam arang".
3. Kata istilah dipilih karena memiliki nilai rasa atau konotasi baik. Misalnya, "tunawisma" lebih sering dipakai daripada "gelandangan" dan "mantan" (untuk orang) lebih sering dipakai daripada "bekas".
4. Kata istilah dipilih karena dianggap lebih eufonik atau enak didengar. Sebagai contoh, "efektif" lebih sering digunakan daripada "mangkus" dan "efisen" lebih sering dipakai daripada "sangkil".
5. Kata istilah dipakai karena sesuai dengan kaidah bahasa. Misalnya, "perajin" lebih dipilih daripada "pengrajin"

karena sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia.

D. Industri Hospitality

Pariwisata merupakan jenis usaha dibidang jasa yang berkaitan memberikan pelayanan terhadap konsumen. Industri pariwisata juga sering disebut dengan hospitality. Apa saja yang tergolong industri pariwisata? Berikut adalah contoh dari aplikasi keseharian kegiatan industri pariwisata:

1. Perbankan
2. Keuangan dan valuta asing
3. Hukum dan pemerintahan
4. Asuransi dan kesehatan
5. Usaha jasa pramuwisata
6. Jasa konsultan dan informasi pariwisata
7. Jasa biro dan agen perjalanan wisata

Industri pariwisata memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan devisa negara dan pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam mengurangi angka pengangguran. Mengapa demikian? Karena pariwisata memiliki ruang lingkup yang sangat luas, tidak hanya bergelut dibidang perjalanan saja. Namun, pada hakikatnya juga melibatkan peran fasilitas pendukung dan pelengkap seperti halnya akomodasi, transportasi, restoran atau warung makan, asuransi kesehatan dan keselamatan, toko cinderamata atau *souvenirs*, toko kebudayaan dan jajanan khas, dan lain sebagainya yang sumber daya manusia nya dapat diperoleh dari masyarakat lokal sekitar yang belum memilii pekerjaan dan keahlian.

Dengan hal seperti itu, maka angka pengangguran dapat ditekan ke bawah dan pertumbuhan ekonomi dapat meningkat seiring berjalannya waktu.

E. Istilah dalam Pariwisata

1. *Amendment* adalah perubahan pesanan kamar yang dilakukan tamu karena adanya perubahan informasi yang telah dibuat tamu sebelumnya.
2. *Accessibility* (aksesibilitas) adalah derajat kemudahan dicapai oleh orang terhadap suatu objek, pelayanan, ataupun lingkungan.
3. *Advance payment* atau *Pre-payment* adalah pembayaran yang diberikan oleh pemesan untuk menjamin sejumlah harga kamar dan fasilitas yang dipesan selama tinggal sebelum mereka menggunakan fasilitas kamar.
4. *Agritourism* adalah suatu kegiatan perjalanan atau wisata yang dipadukan dengan aspek-aspek kegiatan pertanian. Pengertian ini mengacu pada unsur rekreatif yang memang sudah menjadi ciri kegiatan wisata, unsur pendidikan dalam kemasan paket wisatanya, serta unsur sosial ekonomi dalam pembangunan pertanian dan pedesaan.
5. Akomodasi adalah tempat bagi seseorang untuk tinggal sementara dapat berupa hotel, losmen, *guest house*, pondok, *inn*, perkemahan, karavan, *backpacker*, dan sebagainya.
6. *Arrival* adalah kedatangan tamu di hotel, baik tamu yang telah melakukan pemesanan kamar maupun

yang belum melakukan pemesanan.

7. Atraksi Wisata adalah suatu kegiatan yang berupa pertunjukan seperti tari, musik dan upacara adat budaya setempat, baik yang bersifat tradisional maupun modern.
8. *A'la Carte Restaurant* adalah restoran yang mendapatkan izin penuh untuk menjual makanan lengkap dengan banyak variasi di mana tamu bisa bebas memilih sendiri makanan yang mereka inginkan.
9. *Adjacent Room* adalah dua kamar yang berseberangan dengan dibatasi oleh koridor.
10. *Adjoining Room* adalah dua kamar yang berdampingan di sisi kanan atau kiri atau keduanya terdapat koridor.
11. *Air Tourism* adalah perjalanan wisata yang menggunakan transportasi udara.
12. *Backpacker* adalah seorang yang melakukan perjalanan atau *traveling* yang membawa selalu membawa tas di punggungnya.
13. Bagasi adalah suatu tempat untuk meletakkan barang bawaan sebelum berwisata.
14. Bahari adalah perjalanan pariwisata yang berhubungan pada rekreasi atau melancong, yang objeknya adalah laut dan isinya (berselancar, menyelam, berperahu).
15. Bandara adalah sebuah tempat untuk mendaratkan dan menerbangkan pesawat.
16. BB (*Bed and Breakfast*) adalah hotel yang menyediakan kamar termasuk makan pagi.

17. *Bell Boy* adalah orang yang membantu di sebuah hotel dengan memberikan layanan seperti membawa bagasi tamu.
18. Berkemah adalah salah satu jenis wisata yang identik dengan membangun tenda, yang lokasinya biasanya di alam liar ataupun lapangan.
19. *Boutique Hotel* adalah fungsi dan fasilitasnya tidak berbeda dengan hotel biasa, namun *boutique* hotel membuat ciri khas tersendiri supaya berbeda dari jaringan hotel terkenal. Ciri khas itu antara lain desain bangunan dan interior yang unik serta pelayanan yang lebih personal.
20. *Budget Hotel* adalah hotel yang menyediakan tempat menginap dengan fasilitas terbatas. Karena tarifnya lebih murah, ukuran kamarnya lebih kecil, desainnya lebih sederhana, serta tipe kamar tertentu tidak memiliki jendela. Beberapa budget hotel mengharuskan tamunya membayar ekstra untuk menikmati fasilitas tambahan. Contoh budget hotel misalnya jaringan Tune Hotel, Value Hotel, Formule, dan Holiday Inn Express.
21. Bus Wisata adalah alat berkendara yang biasanya digunakan saat berwisata untuk sekedar melihat-lihat alam sekitar di satu tempat wisata, karena jika jalankaki para wisatawan akan mudah lelah.

22. *Business Hotel* adalah lokasinya terletak di pusat kota dan lebih banyak digunakan pelaku bisnis. Karena harga tanah di pusat kota sangat mahal, bangunannya biasanya menjulang ke atas.
23. Cagar Alam adalah suatu kawasan suaka alam karena keadaan alamnya mempunyai kekhasan tumbuhan, satwa, dan ekosistemnya atau ekosistem tertentu yang perlu dilindungi dan perkembangannya berlangsung secara alami.
24. *Camping* adalah berkemah dengan membangun tenda, yang lokasinya biasanya di alam liar ataupun lapangan.
25. *Cancel* adalah pembatalan suatu produk yang telah di pesan oleh konsumen sebelumnya.
26. *Cancellation Fee* adalah biaya atas pembatalan penggunaan jasa yang telah dipesan sebelumnya.
27. Candi adalah suatu tempat objek wisata bagi turis.
28. *Celebrity Tourism* adalah kegiatan wisata yang memanfaatkan artis atau tokoh idola banyak orang sebagai peran utama untuk menarik perhatian wisatawan mengunjungi tempat tersebut.
29. *Charm* adalah suatu tampilan yang menarik dari tempat wisata.
30. *Check Out* adalah melaporkan diri atas telah berakhirnya pemakaian jasa ataupun produk wisata yang digunakan.
31. Cinderamata adalah sebuah jenis oleh-oleh yang khas dari suatu tempat wisata.

32. *Confidential Tariff* adalah harga yang berlaku antara pihak-pihak tertentu sesuai dengan harga yang telah disepakati dalam perjanjian yang telah dibuat sebelumnya.
33. *Conservation* (Konservasi) adalah suatu kawasan suaka alam karena keadaan alamnya mempunyai kekhasan tumbuhan, satwa, dan ekosistemnya atau ekosistem tertentu yang perlu dilindungi dan perkembangannya berlangsung secara alami.
34. *Contract Rate* adalah harga perjanjian antara dua penyedia jasa pelayanan pariwisata.
35. *Conveyor Belt* adalah ban berjalan di bandara tempat kita mengambil barang atau bagasi yang ingin kita bawa saat berwisata.
36. *Culinary* adalah berbagai macam wisata makanan yang ada di suatu kotamaupun negara tertentu.
37. *Cultural Tourism* adalah wisata budaya.
38. Daerah Tujuan Wisata adalah daerah yang memiliki objek wisata yang ditunjangoleh masyarakat dan prasarana pariwisata.
39. Darmawisata adalah perjalanan atau kunjungan singkat dengan tujuan bersenang-senang, perjalanan yang dilakukan untuk tujuan rekreasi sambil mengenal baik objek wisata dan lingkungannya.
40. *Delay* adalah penundaan jadwal yang telah ditetapkan.
41. *Departure* adalah jadwal keberangkatan.
42. *Destination* adalah daerah yang menjadi tujuan dalam perjalanan wisata.
43. *Direct Flight* adalah penerbangan langsung tanpa

transit.

44. *Diving* adalah kegiatan menyelam di dalam laut biasanya bertujuan untuk melihat dan menikmati keindahan bawah laut.
45. Dokar atau disebut juga andong, alat transportasi masyarakat Jawa yang telah menjadi salah satu budaya sejak dulu.
46. *Domestic* adalah wisata dalam negeri.
47. *Dormitory* adalah tipe kamar yang ada dan disediakan di hotel. Biasanya penghuni *dormitory* diisi beberapa orang yang belum kenal. *Dormitory* diisi 4 sampai 10 orang dalam ruangan yang sama. *Dormitory* harus menaati peraturan yang sangat tinggi, seperti tidak merokok atau membuat kegaduhan. *Dormitory* sangat diminati juga populer dikalangan *backpacker* karena harganya yang lebih murah.
48. *Double Bed* adalah satu buah tempat tidur buat dua orang.
49. *Due Date* adalah tanggal jatuh tempo suatu pembayaran atau bisa juga digunakan sebagai tanggal jatuh tempo atas reservasi atau pemesanan.
50. Eduwisata adalah salah satu metode perjalanan wisata dengan tujuan belajar.
51. Ekowisata adalah metode perjalanan wisata dengan dasar *tourism responsibility* dimana baik pengunjung maupun pengelola bertanggung jawab terhadap tempat wisata tersebut.
52. *Entertain* adalah menjamu dimana maksudnya menjamu partner kerja untuk mempererat hubungan

kerja.

53. ETA (*Estimate Time Arrival*) adalah perkiraan waktu kedatangan suatu penerbangan.
54. ETD (*Estimate Time Departure*) adalah perkiraan waktu keberangkatan suatu penerbangan.
55. *Extra Bed* adalah tempat tidur tambahan yang digunakan jika masih ada beberapa yang kekurangan pada fasilitas untuk istirahat.
56. Fam Trip (*Familliarisation Trip*) adalah suatu perjalanan untuk lebih mengenal produk-produk wisata atau destinasi wisata.
57. Fasilitas adalah sarana untuk meluncurkan pelaksanaan fungsi untuk wisatawan.
58. Festival adalah hari-hari atau pekan-pekan gembira dalam rangka peristiwa penting dan bersejarah. Misalnya pesta rakyat.
59. *Free Flow* adalah secara harfiah diartikan ke dalam Bahasa Indonesia berarti mengalir secara bebas, maksudnya adalah semacam tawaran dari perusahaan jasa untuk memberikan pelayanan secara gratis kepada konsumen. Misalnya, pada suatu hotel yang mengadakan suatu acara memberikan *free flow soft drink* yang berarti konsumen bisa menikmati *soft drink* sepuas-puasnya dalam acara tersebut.
60. *Full Board* adalah suatu hotel yang menyediakan penginapan termasuk di dalamnya memberi konsumsi (Makan Pagi, Siang, dan Makan Malam) kepada tamunya selama menginap di hotel tersebut.

61. *Full Day Tour* adalah suatu tour yang berlangsung dalam satu hari penuh.
62. *Full Service Airlines* adalah layanan yang disediakan lebih lengkap dan harga tiket yang tercantum sudah termasuk makanan, bagasi, asuransi dan lain-lain. Terbang dengan *full service airlines* dianggap lebih nyaman, namun harga tiketnya lebih mahal. Beberapa maskapai *full service airlines* antara lain Garuda Indonesia, Thai Airways, dan Qatar Airways.
63. *Go Show* adalah istilah ini lebih sering diartikan sebagai seseorang yang datang langsung ke bandara untuk mendapatkan tiket penerbangan tanpa pemesanan sebelumnya.
64. Gondola adalah sebuah wahana bermain saat berwisata dengan kata lain kereta gantung, yang saat di atas kita bisa melihat segalanya dari atas.
65. Grebeg Gunung adalah daya tarik wisata yang kuat. Grebeg Gunung boleh dibilang semacam ritual dalam pola interaksi antar Keraton Kasunan Surakarta Hadiningrat dengan masyarakat atau warganya. Biasanya dilaksanakan ketika perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW.
66. *Group Rates* adalah harga kamar suatu hotel yang diperuntukkan bagi suatu rombongan yang datang secara bersama-sama dalam suatu kelompok.
67. *Guest House* adalah sebuah rumah atau penginapan yang khusus diakomodasikan untuk tamu.
68. *Guide* adalah orang yang secara profesional mengetahui cara membawa wisatawan sekaligus

- menerangkan dan menjelaskan sebuah tempat wisata.
69. *Half Day Tour* adalah suatu paket tour yang maksudnya suatu tour hanya berlangsung setengah hari.
 70. *High Season* adalah destinasi wisata atau hotel mencapai puncak padat pengunjung.
 71. *Homestay* adalah rumah biasa yang sebagian kamarnya disewakan kepadatamu.
 72. *Hospitality* adalah hubungan antara tamu dan tuan rumah, atau tindakan atau praktek yang ramah. Secara khusus, ini termasuk penerimaan dan hiburan para tamu, pengunjung, atau orang asing, resort, klub keanggotaan, konvensi, atraksi, acara khusus, dan layanan lainnya untuk wisatawan dan turis.
 73. Hostel adalah sejenis tempat menginap. Akan tetapi, perbedaannya adalah fasilitas di dalamnya digunakan secara bersama-sama oleh penggunanya, seperti kamar mandi, dapur dan ruang tamu. Kelebihannya diantaranya adalah penghuni hostel punya kesempatan untuk lebih bersosialisasi dengan tamu lain. Bukan hanya dormitory saja yang menyediakan kamar privat layaknya hotel.
 74. Hotel adalah bangunan yang didirikan secara komersial, berguna sebagai tempat menginap, makan, dan menikmati hiburan. Hotel berbintang tergantung dari fasilitas yang mereka berikan untuk memuaskan parapengunjung.
 75. Industri Pariwisata adalah kumpulan dari macam-macam perusahaan yang menghasilkan barang-

barang dan jasa-jasa (*goods and service*) yang dibutuhkan para wisatawan pada khususnya dan *traveler* pada umumnya.

76. *Infant* (INF) adalah berarti bayi yang di dalam penerbangan biasanya di pendekkan menjadi INF yakni bayi masih berusia di bawah 24 bulan.
77. *Itinerary* adalah jadwal perjalanan secara detail termasuk jadwal kedatangan dan keberangkatan seorang wisatawan.
78. Karnaval adalah pawai dalam rangka pesta perayaan (biasanya mengetengahkan bermacam corak dari hal-hal menarik dari yang dirayakan itu).
79. Kawah adalah bagian puncak gunung berapi yg dilewati bahan letusan berbentuk lekukan besar. Kawah adalah objek wisata yang banyak juga terdapat di Indonesia, banyak digunakan sebagai tujuan wisata karena keindahannya.
80. Kawasan Pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.
81. Kekeran adalah sebuah alat yang digunakan untuk melihat suatu objek atau benda yang jaraknya agak jauh agar terlihat lebih dekat.
82. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan

pengusaha.

83. *Landing* adalah posisi pesawat udara menuju tempat pendaratannya hingga sampai berhenti mendarat di bandara yang ditujunya.
84. *Length of Stay* adalah jangka waktu berapa lama wisatawan tinggal di suatu hotel.
85. LO (*Liaison Officer*) adalah petugas penghubung atau perantara yang membantu pengunjung atau tamu untuk mengantar ke tempat-tempat tujuannya.
86. *Local* adalah para wisatawan yang berasal dari dalam wilayah itu sendiri.
87. *Lost and Found* (LF) adalah tempat melaporkan diri jika barang atau bagasi tertinggal selama penerbangan.
88. *Low Cost Carrier* adalah maskapai penerbangan yang menyediakan layanan dengan fasilitas terbatas. Harga tiket yang tercantum hanya untuk terbang saja. Penumpang harus membayar ekstra untuk fasilitas tambahan, seperti makanan dan biaya bagasi. Contoh maskapai *low cost carrier* antara lain Air Asia, JetStar, dan Tiger Airways.
89. *Low Season* adalah destinasi wisata atau hotel sepi akan pengunjung wisata.
90. Mancanegara adalah turis yang melancong ke suatu negara.
91. *Marine Tour* adalah kegiatan kunjungan wisata untuk menikmati keindahan laut baik pantai, terumbu karang, pulau, dan lainnya.
92. Maskapai adalah perseroan dagang, perusahaan,

pelayaran, ataupun penerbangan.

93. *Meeting* adalah rapat atau pertemuan.
94. Melancong adalah suatu perjalanan wisata yang biasanya menelusuri daerah yang agak jauh dan bisa sampai berminggu-minggu dalam berwisatanya.
95. *Merchandise* adalah oleh-oleh atau cinderamata.
96. MICE adalah *Meeting, Intensive, Convention and Exhibition*. Disebut juga pariwisata MICE yang berkembang akhir-akhir ini. MICE dapat digolongkan samadengan *Event Organizer*, akan tetapi MICE jauh lebih luas.
97. Motel adalah hotel yang di desain yang lokasinya biasanya ada di pinggir jalan raya dan menyediakan tempat parkir luas untuk tamunya. Motel biasanya digunakan sebagai tempat istirahat sebelum penghuni melanjutkan kembali perjalanannya.
98. Museum adalah tempat untuk menyimpan benda-benda bersejarah yang biasanya sering dikunjungi oleh para wisatawan.
99. *No Show* adalah seseorang yang telah memesan suatu produk tapi tidak datang pada tanggal pemesanannya tersebut.
100. Objek Wisata adalah sebuah tempat rekreasi atau tempat berwisata.
101. *Occupancy* adalah tingkat hunian kamar suatu hotel.
102. *Origin* adalah daerah asal wisatawan.
103. *Over Flow Rates* adalah harga kamar yang sifatnya khusus terutama pada tamu yang dikirim oleh hotel lain karena hotel yang bersangkutan sedang penuh.

104. Pakansi adalah sejenis liburan akhir pekan yang digunakan untuk menghabiskan waktu seperti liburan.
105. Pameran adalah suatu kegiatan penyajian karya seni rupa untuk dikomunikasikan sehingga dapat diapresiasi dengan masyarakat luas atau wisatawan.
106. Panorama adalah pemandangan alam yang luas dan bebas. Pantai adalah sebuah objek wisata yang berada di sekitar laut.
107. *Passport* (Paspor) adalah alat yang biasanya digunakan oleh seseorang yang hendak pergi ke suatu negara dengan tujuan berwisata atau hal lain sebagai tanda pengenal.
108. *Pastries* adalah item makanan yang terdiri dari kue manis dengan krim, selai, atau buah yang mengisinya.
109. Pengeras Suara (*megaphone*) adalah alat pengeras suara yang digunakan untuk mengumpulkan orang yang berwisata dalam konteks luas, jika ada pemberitahuan atau info.
110. Pension adalah istilah lain untuk *guesthouse*. Kata pension sering digunakan di Turki atau negara-negara di sekitar laut Mediterania. Pemilik pension biasanya juga tinggal di bangunan yang sama.
111. Pesawat adalah sebuah alat transportasi udara yang biasanya digunakan untuk berwisata dari satu daerah ke daerah lain yang sangat jauh tempatnya.
112. Pesona adalah suatu tampilan yang menarik dari tempat wisata.
113. Peta adalah gambar atau lukisan di kertas yang

menunjukkan letak tanah, laut, sungai, gunung, representasi melalui gambar dr suatu daerah yg menyatakan sifat, seperti: batas daerah, sifat permukaan, dan denah.

- 114. *Pick up Time* adalah waktu penjemputan wisatawan.
- 115. *Porter* adalah petugas resmi di bandara atau pelabuhan yang menawarkan jasa untuk mengangkat barang atau bagasi.
- 116. *Porter Fee* adalah uang atau biaya untuk jasa porter.
- 117. Pramuwisata adalah seseorang yang bertugas memberikan bimbingan, penjelasan dan petunjuk tentang obyek wisata serta membantu keperluan wisatawan lainnya.
- 118. *Refund* adalah pengembalian atas pembayaran konsumen yang telah membayar suatu produk seperti, paket *tour*, tiket pesawat, akomodasi, dan lain-lain, karenasuatu hal konsumen tersebut membatalkan rencana perjalanannya.
- 119. Rekreasi adalah suatu keinginan untuk mengunjungi salah satu objek wisata yang biasanya bertujuan untuk menenangkan diri ataupun sekedar bersenang-senang (*refreshing*).
- 120. Reservasi adalah suatu proses permintaan pemesanan kamar dan fasilitas lain yang diinginkan oleh calon tamu untuk periode tertentu.
- 121. *Reserved* adalah produk ataupun jasa yang telah dipesan sebelumnya dan juga telah disetujui.
- 122. *Resort* adalah suatu perubahan tempat tinggal untuk sementara bagi seseorang di luar tempat tinggal

dengan tujuan lain untuk berpariwisata.

123. *Resort Hotel* adalah hotel yang digunakan untuk liburan, lokasinya berada di pantai, pegunungan atau berdekatan dengan obyek wisata. Bentuk bangunannya biasanya *landed house*.
124. *Restaurant* adalah bangunan atau ruangan yang menyediakan makanan dan minuman kepada pengunjung.
125. *Room Rate* adalah harga kamar hotel.
126. *Rooming List* adalah daftar jumlah kamar yang akan digunakan oleh suatu grup yang akan menginap di suatu hotel.
127. *Runway* adalah landasan pacu pesawat.
128. *Sightseeing* adalah perjalanan wisata singkat untuk melihat-lihat sekitarnya.
129. *Single Bed* adalah tempat tidur buat satu orang.
130. *Sunrise* adalah matahari terbit.
131. *Sunset* adalah matahari terbenam.
132. *Take Off* adalah posisi pesawat udara ketika mulai terbang ke angkasa hingga sudah tidak menyentuh daratan lagi.
133. *Tee* adalah tempat permulaan atau awal dalam permainan golf.
134. *Tee Off* adalah istilah untuk mulai memukul bola dalam permainan golf. Tiket adalah suatu tanda untuk masuk ke lokasi wisata.
135. *Tourist Attractions* adalah segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.
136. Tradisi adalah sesuatu yang telah dilakukan untuk

sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat, biasanya dari suatu negara, kebudayaan, waktu, atau agama yang sama.

137. *Transfer In* adalah penjemputan wisatawan yang baru datang untuk berwisata dari pelabuhan kapal atau dari bandar udara untuk diantar ke tempat penginapannya.
138. *Transfer Out* adalah pengantaran tamu dari tempat penginapannya ke pelabuhan kapal atau ke bandar udara karena tamu tersebut sudah mau pulangke negara kediamannya.
139. *Transit* adalah berhenti sebentar di suatu kota untuk pindah ke penerbangan lain.
140. *Travel Agent* (Biro Perjalanan) adalah tempat yang menyediakan jasa layanan wisata.
141. *Turis* adalah orang yang berkunjung atau berwisata ke suatu tempat.
142. *Twin Bed* adalah dua buah tempat tidur terpisah yang masing-masing diperuntukkan buat satu orang.
143. *Upgrade* adalah meningkatkan atau menaikkan, misal ketika menginap di standar room di *upgrade* ke superior room.
144. *VIP (Very Important Person)* adalah orang penting yang ikut dalam suatu paket wisata seperti seorang komisariss perusahaan atau seorang pejabat pemerintahan dan lain-lain.
145. *Voucher* adalah tanda bukti yang digunakan oleh konsumen untuk mengklaim jasa yang telah dipesannya atau didapatnya kepada perusahaan yang

menyediakan jasa sesuai yang tertera di dalam *voucher* tersebut, dan perusahaan yang bersangkutan akan menagih pembayaran kepada pihak yang menerbitkan atau *issued voucher*.

- 146. *Walk in Guest* adalah tamu yang datang sendiri ke hotel tanpa melalui penyedia jasa seperti *travel agent* ataupun melalui jasa seseorang.
- 147. Wayangan adalah pertunjukan kesenian wayang yang biasanya ditonton oleh para wisatawan.
- 148. *Weekend Rates* adalah harga kamar yang berlaku untuk akhir pekan seperti pada hari Sabtu dan hari Minggu.
- 149. *Window Seat* adalah tempat duduk yang letaknya tepat dekat jendela.
- 150. *Window Shopping* adalah pergi ke pusat-pusat perbelanjaan hanya sekedar melihat-lihat.

F. Istilah Organisasi Pariwisata

- 1. Organisasi Pariwisata Nasional
 - a. HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia)
 - b. ASITA (*Association of Indonesian Tour and Travel Agency*)
 - c. PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia)
 - d. PUTRI (Perhimpunan Usaha Taman Rekreasi Indonesia)
- 2. Organisasi Pariwisata Internasional
 - a. WTO (*World Tourism Organization*)
 - b. IATA (*International Air Transport Association*)
 - c. ICAO (*International Civil Aviation Organization*)

- d. UFTAA (*Universal Federation of Travel Agent Association*)
- e. PATA (*Pacific Asia Travel Association*)

G. Istilah Pariwisata dalam Penerbangan

1. TC (*Traffic Conference*)

- a. TC 1 = *North, South, Central America, Caribbean.*
- b. TC 2 = *Europe, Africa, Middle East.*
- c. TC 3 = *South East Asia, South Asia, Japan, Korea, South West Pacific.*

2. Route

- a. OW: Perjalanan dari *origin point to destination point*.
Contoh: SUB – TYO, JKT – NYC
- b. RT: Perjalanan dari tempat asal ke tempat tujuan lalu kembali ke tempat asal.
Round Trip: SIN – SFO – SIN
Circle Trip: JKT – SIN – KUL - JKT
Open Jaw: JKT – SIN – HKG - TYO – LAX – NYC – LON – BKK – SUB

3. GI (*GLOBAL INDICATOR*)

- a. EH (*Eastern Hemisphere*) = perjalanan di wilayah 3 dan 2.
- b. AT (*Ocean Atlantic*) = perjalanan dari TC 1 – 2 – 3 melewati Samudra Atlantik.
- c. PN (*Pacific by North America*) = perjalanan melewati barat daya pasifik dan south Amerika.
- d. AP (*Ocean Atlantic – Ocean Pacific*) = perjalanan

melewati wil 3 ke wil 2 dan wil 1

- e. FE (*Russia, West of Ural Mountain*) = perjalanan melewati wil 3 dan Rusia Ukraina.
- f. TS (*Trans Siberian*) = perjalanan melewati Europe melalui wilayah 3 dan 2 via JapKor.
- g. WH (*Western Hemisphere*) = perjalanan dilakukan di wilayah 1.
- h. SA (*South Atlantic*) = perjalanan melewati Argentina, Brazil, Paraguay, Uruguay melewati *south Atlantic*.

H. Istilah Pariwisata dalam *Tour Operating*

1. *Tour Costing* merupakan perhitungan biaya yang meliputi komponen wisata seperti transportasi, akomodasi, odtw, *meals*, *tour guide*, *tipping driver*, dan *miscellaneous*.
2. *Fixed Cost* adalah jumlah yang harus dibayarkan kepada *supplier* yang sepenuhnya dipengaruhi oleh volume penjualan dari produk paket wisata.
3. *Variable Cost* adalah biaya yang harus dibayarkan kepada *supplier* berdasarkan jumlah wisatawan.
4. *Net Buying Price* merupakan harga beli yang sudah disepakati dengan pemasok atau *supplier* pariwisata.
5. *Net Selling Price* merupakan harga jual yang sudah siap dipasarkan dan sudah mendapat tambahan dari agen *commission* dan profit.
6. *Quotation* adalah surat penawaran yang dibuat oleh *tour operator* yang ditujukan kepada calon *customer* dalam pembelian paket wisata.
7. FOC atau *Complimentary* adalah biaya gratis yang

diberikan kepada 1 orang (biasanya TG/TL) jika persyaratan dalam suatu kebijakan terpenuhi.

****TERIMAKASIH****

Bagaimana tanggapan Anda setelah membaca dan memahami mengenai berbagai macam istilah dalam ruang lingkup pariwisata? Menyenangkan bukan?

Meskipun sekarang ini sektor industri pariwisata sedang dalam tahap pembangunan setelah terkena dampak pandemi covid-19. Namun, tidak perlu khawatir karena pada saatnya nanti pasti muncul kerinduan dalam diri manusia untuk berwisata seperti beberapa tahun silam.

Di zaman yang semakin maju ini, kita sebagai insan pariwisata juga harus mampu berkembang seiring berjalannya waktu agar tidak ditaklukkan oleh teknologi tetapi dapat berkolaborasi demi meningkatkan kualitas individu dan kesejahteraan wilayah lingkungan sekitar, bangsa, dan negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Crompton, J. L. (1979). *Motivation for Pleasure Vacation. Annals of tourism research*, 6(4), pp. 408-424.
- Danurdara, D. (2013). *Tugas Struktur Organisasi Event Organizer Delima*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2022, dari PDF Slide:
<https://pdfslide.tips/documents/tugas-struktur-organisasi-event-organizer-delima.html>
- DH, A. (2020). *Manfaat Pariwisata*. Diakses pada tanggal 5 Januari 2022, dari Serba Online:
<https://serbaonline.id/manfaat-wisata.html>
- Elishaa, N. (2015). *Dampak Positif dan Dampak Negatif dari Pariwisata*. Diakses pada tanggal 4 Januari 2022, dari Wordpress: <https://nurelishaa.wordpress.com/2015/06/24/dampak-positif-dan-dampak-negatif-dari-pariwisata/>
- Ferbianty, D. (2007). *Sejarah Pariwisata Indonesia*. Diakses pada tanggal 4 Januari 2022, dari Scribd:
<https://id.scribd.com/doc/56647863/Sejarah-Pariwisata-Indonesia>
- Gunawan, A. (2017). *Definisi Saptapesona*. Diakses pada tanggal 4 Januari 2022, dari Wordpress:
<https://saptapesona12.wordpress.com/2017/04/21/definisi-sapta-pesona/>
- Homer, S. and J. Swarbrooke. (2016). *Consumer Behaviour in Tourism*. New York: Routledge.

- Ibeng, P. (2021). *Pengertian Pariwisata, Jenis, Unsur, Manfaat, dan Tujuannya*. Diakses pada tanggal 4 Januari 2022, dari Pendidikan: <https://pendidikan.co.id/pengertian-pariwisata-jenis-unsur-manfaat-dan-tujuannya/>
- Jalan-Jalan Baik. (2016). *Sapta Pesona Pariwisata Indonesia*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2022, dari Jalan-Jalan Baik: <https://jalanjalanbaik.org/pariwisata-indonesia/sapta-pesona-pariwisata-indonesia/>
- Jurnal Fakta. (2020). *Macam Istilah dalam Pariwisata*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2022, dari Jurnal Fakta: <https://jurnalfakta.com/istilah-pariwisata/>
- Kanal Pengetahuan. (2021). *Organisasi Pariwisata Nasional*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2022, dari Kanal Pengetahuan: <https://www.kanalpengetahuan.com/organisasi-kepariwisataan-nasional-indonesia>
- Kanal Wisata. (2016). *Organisasi Pariwisata Internasional*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2022, dari Kanal Wisata: <https://kanalwisata.com/organisasi-pariwisata-internasional>
- Kesrul, M. (2004). *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kwisata. (2021). *Jenis dan Macam Pariwisata*. Diakses pada tanggal 4 Januari 2022, dari Kanal Wisata: <https://kanalwisata.com/jenis-dan-macam-pariwisata>.

- Lararenjana, E. (2021). *Jenis-Jenis Pariwisata Beserta Tujuan dan Unsurnya, Pelajari Lebih Lanjut*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2022, dari Merdeka: <https://www.merdeka.com/jatim/jenis-jenis-pariwisata-beserta-tujuan-dan-unsurnya-pelajari-lebih-lanjut-klm.html>
- Larasati. (2018). *Produk-Produk Pariwisata*. Diakses pada tanggal 5 Januari 2022, dari Wordpress: <https://larasatiarae.wordpress.com/2018/08/02/produk-produk-pariwisata>
- Lolowang, E. (2018). *Pariwisata dalam Ruang Lingkup Penerbangan*. Surabaya: Buku Paket Khusus Sekolah Menengah Kejuruan Pariwisata.
- Maritim Travel Indonesia. (2015). *Sejarah Perkembangan Pariwisata Dunia*. Diakses pada tanggal 2 Januari 2021, dari Maritim Travel: <https://maritimtravel.com/sejarah-perkembangan-pariwisata-dunia.html>
- Materi SMK. (2020). *Dampak Positif dan Negatif Pariwisata dari Aspek Sosial dan Aspek Politik*. Diakses pada tanggal 4 Januari 2022, dari Materi SMK: https://www.materismk.my.id/2020/11/dampak-positif-dan-negatif-pariwisata_8.html?m=1
- Megananda, Y. (2009). *EO, 7 Langkah Jitu Membangun Bisnis Event Organizer*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Moeljoto, H. (2018). *Pariwisata dalam Ruang Lingkup Tour Operating dan Guiding*. Surabaya: Buku Paket Khusus Sekolah Menengah Kejuruan Pariwisata.

- Muhammad, E. (2021). *Sejarah Pariwisata Dunia, Pertama Kali Dilakukan Orang Primitif*. Diakses pada tanggal 2 Januari 2022, dari Harapan Rakyat: <https://www.harapanrakyat.com/2021/09/sejarah-pariwisata-dunia-pertama-kali-dilakukan-orang-primitif/>.
- Nata Magazine. (2019). *Sejarah Pariwisata Indonesia, Mengenal Lebih Dekat dengan Seksama*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2022, dari Nata Travel Magazine: <https://www.natamagazine.co/2019/10/03/sejarah-pariwisata-indonesia-mengenal-lebih-dekat-dengan-seksama/>
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Pendit, I. N. (1999). *Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana* (6 ed.). Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Pitana, I Gede dan I Ketut S Diarta. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Rai, I. G. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ritchie, J. B., C. Goeldner, dan R. W. McIntosh. (1999). *Tourism -Planning, Administration, and Perspective*.
- Satria, R. (2020). *Dampak Pariwisata*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2022, dari Supergeografi: <https://supergeografi.com/antroposfer/dampak-pariwisata/>.

- Seri Penyuluhan Bahasa Indonesia. (2016). *Pengertian Istilah*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2022, dari Kapan Lagi Plus: <https://plus.kapanlagi.com/pengertian-kata-istilah-jenis-contoh-dan-faktor-yang-perlu-diketahui-992032.html>
- Sibatak Jalan Jalan. (2021). *Jenis-Jenis Wisatawan (Tourist) dan Contoh Kriteria Wisatawan*. Diakses pada tanggal 4 Januari 2022, <https://www.sibatakjalanjalan.com/2021/01/jenis-jenis-wisatawan-tourist-dan-contoh-kriteria-wisatawan.html>
- Simkova, E. dan J. Holzner. (2014). Motivation of Tourism Participants. *Procedia-Social and Behavioural Sciences*, 159, pp. 660-664.
- Suwena, I Ketut dan I Gusti Ngurah Widyatmaja. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Suwena, I. K. dan I. G. Widyatmaja. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Suyitno. (2001). *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tilaar, I. A. (2013). *Sejarah Pariwisata di Indonesia*. Diakses pada tanggal 4 Januari 2022, dari Wordpress: <https://irenetilaar.wordpress.com/2013/09/25/sejarah-pariwisata-di-indonesia/>
- Wisata Indonesia. (2013). *Sekilas Sejarah Pariwisata Indonesia*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2022, dari Wisata Indonesia: <https://wisataindonesia.biz/sekilas-sejarah-pariwisata-indonesia/>

- Yoeti, O. (1993). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yoeti, O. A. (1993). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yohannes, M. (2020). *Mengenal Jenis-Jenis Dokumen Perjalanan Wisata Ke Luar Negeri*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2022, dari Traveloka: <https://www.traveloka.com/id-id/explore/tips/jenis-dokumen-perjalanan-ke-luar-negeri-acc/21538>

ENUMERATOR

NAMA	NIM
CHRISTI FRIGRIA ABIGAIL SEPAJA	21054000001
OKTAVIA SHERLY ANTONIA SETYA	21054000002
EZRA MIRACLE MAMAHIT	21054000003
MERY OKTAVIANI	21054000004
YOHANA MELIANA SARI DAMUL	21054000005
ANDI VITA ARIYANTO HUTAMA	21045000006
MARIA GODELIVA BRIA	21054000007
SITI FAUZIAH LESTARI	21054000008
AGNES LUISA STEFANI	21054000010
TARISA RUMATORAS	21054000011
ANGELLO RICKY LOTHER	21054000012
VALENTINE DE FELIA	21054000013
YVES SEAN RAYHAN	21054000014
MUHAMMAD RIZAL AL-BAASITH	21054000015
PUTRI SEPTIANI	21054000016
MEI DIANTI FAIZATUN NICHAYA	21054000018
ELFIANA ENDANG	21054000019
ANDINI VELANIA KENUNU	21054000020
YUSSILOW NATALIE UROW	20054000005

BIODATA PENULIS



Estikowati, Lahir di Tulungagung , Penulis merupakan Dosen Diploma Kepariwisataan Universitas Merdeka Malang Prodi Perjalanan Wisata



Stella Alvianna, Lahir di Malang, Jawa Timur, Penulis merupakan Dosen Diploma Kepariwisataan Universitas Merdeka Malang Prodi Destinasi Wisata



Widji Astuti, Lahir di Sidoarjo Jawa Timur, Penulis merupakan Dosen FEB Universitas Merdeka Malang Prodi Manajemen.



Syarif Hidayatullah, Lahir di Balikpapan Kalimantan Timur, Penulis merupakan Dosen FEB Universitas Merdeka Malang Prodi Manajemen.



Rulli Krisnanda, Lahir di Malang Jawa Timur, Penulis merupakan Dosen Diploma Kepariwisataan Universitas Merdeka Malang Prodi Destinasi Wisata.