

BAB II

PARIWISATA DAN ASPEK-ASPEKNYA

Aspek-aspek dalam pariwisata sangat luas dan kompleks tergantung dari sudut mana tinjauannya. Beberapa aspek di antaranya adalah bentuk pariwisata, motivasi berwisata, dan faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan.

A. Bentuk Pariwisata

Perjalanan wisata dapat dibedakan menjadi beberapa bentuk berdasar segi peninjauannya. Prabowohadi (1983: 8-10) dan (Pendit, 1981: 33) membedakan atas dasar jumlah wisatawan dan kepengaturannya sebagai berikut.

1. Dari segi jumlah wisatawan

Dari segi jumlah wisatawan, bentuk pariwisata dibedakan menjadi wisata perorangan, wisata keluarga, dan wisata rombongan.

- a. Wisata perorangan (*individual tour*), yaitu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau sepasang suami isteri.
- b. Wisata keluarga (*family group tour*), yaitu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan.
- c. Wisata rombongan (*group tour*), yaitu perjalanan wisata yang dilakukan bersama-sama dengan dipimpin oleh seorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan seluruh anggotanya. Jumlah rombongan biasanya minimal 10 orang, dengan tujuan agar mendapatkan potongan harga ketika menggunakan jasa transportasi atau ketika memasuki suatu obyek atau atraksi wisata.

2. Dari segi kepengaturannya

Dari segi kepengaturannya, bentuk pariwisata dapat dibedakan menjadi wisata berencana, wisata paket, wisata terpimpin, wisata khusus, dan wisata tambahan. Dengan deskripsi masing-masing menurut Yoeti (1998: 95-96) adalah sebagai berikut:

- a. Wisata berencana (*pre - arranged tour*), yaitu perjalanan wisata yang jauh hari sebelumnya telah diatur segala sesuatunya baik transportasi, akomodasi, maupun atraksi atau obyek yang akan dikunjungi.
- b. Wisata paket (*package tour*), yaitu perjalanan wisata yang dijual oleh suatu Perusahaan Biro Perjalanan atau Perusahaan Transpor yang bekerjasama dengannya. Harga paket telah mencakup biaya perjalanan, hotel, dan fasilitas lain.
- c. Wisata terpimpin (*coach tour*), istilah lainnya *conducted tour, escorted tour*, yaitu produk perjalanan wisata yang dijual oleh biro perjalanan dengan dipimpin oleh seorang pemandu wisata. Perjalanan wisata ini diselenggarakan secara rutin, tetap, dan dalam jangka waktu tertentu termasuk rute perjalanannya.
- d. Wisata khusus (*special arranged tour*), istilah lainnya *independent tour, custom tailored tour*, yaitu perjalanan wisata yang disusun khusus untuk memenuhi permintaan seorang atau lebih langganan sesuai dengan kepentingannya.
- e. Wisata tambahan (*optional tour*), yaitu perjalanan wisata tambahan yang di luar pengaturan yang telah disusun dan dijanjikan pelaksanaannya atas permintaan langganan.

B. Motivasi Berwisata

Terdapat berbagai motivasi dalam melakukan perjalanan wisata sebagaimana tercermin dalam berbagai bentuk pariwisata. Pada dasarnya menurut Mac Intosh dalam Karyono (1997: 47) motivasi berwisata dapat dikelompokkan menjadi empat macam sebagai berikut:

1. Motivasi fisik (*physical motivations*), yaitu dorongan untuk memulihkan kondisi fisik seseorang meliputi: beristirahat, olah raga, perawatan dan pemeliharaan kesehatan, dan pemulihan kesegaran jasmani.
2. Motivasi budaya (*cultural motivations*), yaitu dorongan untuk melihat tata cara masyarakat di negara lain, khususnya yang berkaitan dengan adat istiadat, kebiasaan, dan budaya.

3. Motivasi antarpersonal (*interpersonal motivations*), yaitu dorongan untuk mengadakan hubungan keluarga, teman, atau sekedar menghindarkan diri dari hal-hal yang bersifat rutin.
4. Motivasi status dan prestise (*status and prestige motivations*), yaitu dorongan untuk memperlihatkan siapa dirinya, kedudukannya, statusnya dalam masyarakat untuk prestise (kehormatan) pribadinya. Hal ini ada kaitannya dengan bisnis, pendidikan, dan hobi.

Model motivasi berwisata tersebut juga dikembangkan oleh Mayo dan Jarvis (1981) yang mengajukan gagasan bahwa motivasi perjalanan wisata dapat dibedakan menjadi empat tipe berdasarkan pada apa yang paling diharapkan oleh kebanyakan wisatawan untuk diperoleh, baik sekedar melihat/menikmati pemandangan ataupun memperoleh pengalaman dari hasil perjalanan tersebut (Lew dkk, 2008: 30).

C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan

Selain karena motif-motif tertentu, terdapat beragam faktor lain yang berperan penting dalam mempengaruhi kunjungan wisatawan ke suatu daerah atau negara. Faktor-faktor tersebut antara lain pendapatan, harga, kualitas, hubungan politik antar negara, hubungan ekonomi antar negara, hubungan sosio budaya antar negara, perubahan musim, faktor hari libur, kebijaksanaan dan peraturan pemerintah, adanya pembatasan memasuki negara, teknologi pengangkutan, serta stabilitas politik dan keamanan di negara yang menjadi tujuan wisata.

1. Pendapatan (*income*).

Pendapatan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kunjungan wisatawan. Apabila pendapatan seseorang meningkat maka dapat mendorong keinginan untuk membelanjakan pendapatan tersebut melalui kegiatan kepariwisataan. Dengan kata lain, seseorang baru akan melakukan perjalanan wisata apabila telah mempunyai uang berlebih, sehingga biaya wisata tersebut tidak mempengaruhi kondisi rumah tangga.

2. Harga (*price*).

Sebagai akibat dari terjadinya perubahan harga, seseorang akan cenderung mengubah pola konsumsinya. Permintaan untuk perjalanan wisata juga dipengaruhi oleh elastisitas pendapatan nasional terutama dalam distribusi pendapatan dalam masyarakat.

3. Kualitas (*quality*).

Kualitas mencakup tiga aspek yaitu dalam hal *something to see*, *something to do*, dan *something to buy* yang terdapat di daerah tujuan wisata. Kualitas dari ketiga aspek tersebut akan berpengaruh terhadap keinginan seseorang untuk berkunjung ke suatu tempat.

4. Hubungan politik antar negara

Apabila terdapat hubungan politik yang baik di antara dua negara, maka penduduk kedua negara tersebut akan saling berkunjung. Namun sebaliknya, apabila terjadi ketegangan politik diantara dua negara maka kunjungan ke suatu negara menjadi terhambat, bahkan beberapa negara mengeluarkan peringatan bagi penduduknya untuk tidak mengunjungi suatu negara selama kurun waktu tertentu. Peristiwa semacam ini pernah terjadi pada waktu dahulu antara Indonesia dan Australia yang dipicu masalah Timor Timur sehingga menyebabkan menurunnya kunjungan wisatawan terutama dari Australia ke Indonesia.

5. Hubungan ekonomi antar negara

Selain hubungan politik, hubungan ekonomi juga mempengaruhi kunjungan wisatawan dari suatu negara ke negara lain. Apabila terdapat hubungan ekonomi di antara dua negara maka hal ini juga turut mendorong orang untuk saling mengunjungi antar negara tersebut.

6. Hubungan sosio-budaya antar negara

Hubungan sejarah yang erat antara kedua negara atau bangsa akan mempengaruhi penduduk kedua negara tersebut untuk saling mengunjungi. Hal ini berkaitan dengan kedekatan sosial atau kebudayaan sehingga

mendorong seseorang untuk mengenal lebih jauh kondisi di suatu negara yang masih berhubungan.

7. Perubahan musim

Adanya pergantian musim di negara-negara yang memiliki empat musim seperti Amerika Serikat, Eropa, Jepang, dan Australia membuat banyak orang mengadakan wisata ke beberapa negara lain yang musim atau iklimnya lebih baik. Sebagai contoh apabila di negara-negara tersebut sedang musim dingin, maka banyak penduduk berwisata ke daerah-daerah atau negara-negara tropis, sebagai kegiatan memburu matahari (*hunt for the sun*).

8. Faktor hari libur

Diperpendeknya jam kerja, adanya *long week-end* (lima hari kerja), dan adanya hari-hari libur bagi karyawan memberikan kesempatan lebih besar bagi mereka dan keluarga untuk melakukan perjalanan wisata.

9. Kebijakan dan peraturan pemerintah

Adanya kebijakan dan peraturan pemerintah tentang perjalanan wisata dan hal yang terkait akan sangat mempengaruhi kunjungan wisatawan. Sebagai contoh di Indonesia pada era Orde Baru, pada tahun 1983 memberikan bebas visa bagi wisatawan dari 26 negara, kemudian tahun 1986 ditingkatkan menjadi 29 negara, tahun 1989 ditingkatkan lagi menjadi bagi 31 negara, dan pada 1990 bagi 32 negara. Kemudahan-kemudahan tersebut akan semakin mendorong minat seseorang untuk berkunjung ke suatu negara.

10. Adanya pembatasan memasuki negara (*foreign exchange restriction*)

Suatu negara terkadang dengan sengaja melarang kunjungan wisatawan dari negara lain karena beberapa alasan seperti politik dan keamanan. Hal ini menjadi faktor penghambat bagi wisatawan untuk memasuki suatu negara sehingga berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan.

11. Teknologi pengangkutan

Semakin majunya teknologi pengangkutan yang dapat mempersingkat waktu tempuh untuk perjalanan jarak jauh, serta dengan segala fasilitas dan pelayanan yang menarik maka mendorong banyak orang untuk melakukan perjalanan wisata (Yoeti, 1980: 69 – 74).

12. Stabilitas politik dan keamanan di negara yang menjadi tujuan wisata

Pengalaman ini dirasakan di Indonesia pada era reformasi ketika terjadi upaya rakyat untuk mengganti sistem politik dan kepemimpinan nasional tahun 1997/1998 menuju demokrasi. Peristiwa selanjutnya adalah bom Bali pertama oleh teroris pada tanggal 12 Oktober 2002 yang menewaskan 202 orang termasuk wisatawan, kemudian tanggal 9 September 2004 pemboman di Kedutaan Besar Australia. Pada tanggal 1 Oktober 2005 meletus lagi bom Bali kedua yang menewaskan 22 orang dan melukai 122 orang. Ledakan bom selanjutnya di Hotel J.W. Marriott dan Ritz Carlton di Jakarta pada tanggal 17 Juli 2009. Peristiwa-peristiwa tersebut mengakibatkan penurunan dalam jumlah besar wisatawan asing, dan terpuruknya dunia pariwisata Indonesia.