

Dr. Ridwan, SE, M.Si.

EKONOMI DAN PARIWISATA

**Editor
Venesia Lisa Icha**

**PENERBIT
GARIS KHATULISTIWA
MAKASSAR**

EKONOMI DAN PARIWISATA

©Dr. Ridwan, SE., M.Si.

Penulis

Dr. Ridwan, SE., M.Si.

Editor

Venesia Lisa Icha

Desain sampul

Mono Goenawan

Penata huruf

Voniasti

Diterbitkan:

Penerbit GARIS KHATULISTIWA (Anggota IKAPI)

Jl. Borong Raya No. 75 A Makassar

Telp. 08114124721-08114125721

Posel: gunmonoharto@yahoo.com

Cetakan Pertama, 2020

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

All Right is reserved

ISBN: 978 623 7617 34 1

Sanksi Pelanggaran Hak Cipta

Undang-Undang Republik Indonesia No. 19 Tahun tentang Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta

Pasal 2 :

1. Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi pencipta dan pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan yang menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ketentuan Pidana

Pasal 72 :

1. Barang siapa dengan sengaja atau tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat satu (1) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan / atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah)
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan / atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan pada Allah SWT karena dengan RahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan buku literatur ini. Sebenarnya sudah lama ide penulisan ini tapi karena berbagai hambatan tidak dapat dirampungkan.

Pada kesempatan ingin penulis haturkan terima kasih kepada Venesia Icha Lisa sebagai editor yang banyak membantu sehingga buku Ekonomi dan Pariwisata dapat dirampungkan. Semoga buku bermanfaat bagi Praja IPDN khususnya dan mahasiswa pada umumnya.

Terima kasih

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
CHAPTER 1	
MENGENAL PARIWISATA	1
A. PENGERTIAN PARIWISATA	1
B. JENIS-JENIS PARIWISATA	7
C. CIRI-CIRI TEMPAT WISATA	12
CHAPTER 2	
SISTEM DAN MANAJEMEN KEPARIWISATAAN	17
A. SISTEM KEPARIWISATAAN	17
B. MANAJEMEN KEPARWISATAAN	23
CHAPTER 3	
KAJIAN MIKRO EKONOMI PARIIWATA	33
A. PERMINTAAN PARIWISATA	33
B. PENAWARAN PARIWISATA	42
CHAPTER 4	
PENGEMBANGAN EKONOMI PARIWISATA	47
A. KONSEP PENGEMBANGAN EKONOMI PARIWISATA	47
B. PERENCANAAN EKONOMI	49
C. PENGEMBANGAN EKONOMI	54
CHAPTER 5	
PERENCANAAN STRATEGIS KEPARIWISATAAN	57
A. DEFINISI PERENCANAAN PARIWISATA	57
B. PENTINGNYA PERENCANAN DALAM PEMBANGUNAN PARIWISATA	59

C. MANFAAT PERENCANAAN PARIWISATA	60
D. PRINSIP-PRINSIP PERENCANAAN PARIWISATA	65
DAFTAR PUSTAKA	70
BIODATA PENULIS	71

CHAPTER 1

MENGENAL PARIWISATA

A. PENGERTIAN PARIWISATA

Seseorang dapat melakukan perjalanan dengan berbagai cara karena alasan yang berbeda-beda pula. Suatu perjalanan dianggap suatu perjalanan wisata bila memenuhi tiga persyaratan yang diperlukan, yaitu:

1. Harus bersifat sementara
2. Harus bersifat sukarela (*voluntary*) dalam arti kata tidak mendapat paksaan dari pihak manapun
3. Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah ataupun bayaran.

Menurut definisi yang luas pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata bila memenuhi empat persyaratan yang diperlukan, yaitu:

1. Harus bersifat sementara
2. Harus bersifat sukarela (*voluntary*) dalam arti tidak terjadi karena dipaksa.
3. Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah ataupun bayaran.

4. Tujuan perjalanan itu dilakukan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata

Sedangkan pengertian yang tercantum dalam UU No.9 tahun 1990 pasal 1 antara lain:

1. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.
2. Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Artinya semua kegiatan dan urusan yang ada kaitannya dengan perencanaan, pengaturan, pelaksanaan, pengawasan pariwisata, baik yang dilakukan pemerintah, pihak swasta dan masyarakat disebut kepariwisataan.

Adapun definisi lain tentang kepariwisataan juga tercantum dalam UU Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 yakni:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah
4. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta

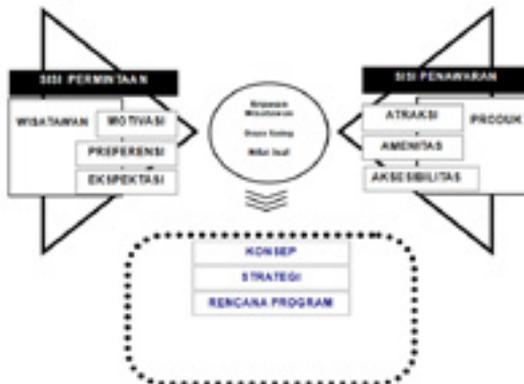
CHAPTER 2

SISTEM DAN MANAJEMEN

KEPARIWISATAAN

A. SISTEM KEPARIWISATAAN

Pariwisata merupakan sesuatu yang bersifat kompleks dan membentuk suatu sistem yang di dalamnya ada sub-sub sistem. Pariwisata meliputi pergerakan manusia, barang, dan jasa yang terkait dengan organisasi, hubungan-hubungan kelembagaan, dan individu, kebutuhan layanan, penyediaan kebutuhan layanan dll. Unsur-unsur itu merupakan subsistem yang saling terkait dalam sebuah kaitan fungsional yang membentuk sebuah sistem. Dengan demikian sistem pariwisata terdiri dan beberapa sub sistem. Subsistem yang dimaksud adalah subsistem: permintaan, penawaran, dan Lingkungan atau konfigurasi (Tjokrowinoto, 1999), lebih jauh lagi bila dikaitkan dengan perencanaan strategis pariwisata maka dapat dijelaskan pada gambar berikut (Kusworo, 2006):



Subsistem penawaran merupakan reaksi dari permintaan orang akan kebutuhan pariwisata yang disebut sebagai wisatawan. Permintaan wisatawan muncul karena mereka mempunyai motivasi, preferensi dan ekspektasi pada daya tarik wisata tertentu. Motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata biasanya disebabkan keinginan akan keluar dari rutinitas mencari sesuatu yang tidak bisa didapatkan disekelilingnya, disamping itu juga untuk mencari pengalaman baru, suasana baru dan menghilangkan kepenatan setelah sekian lama bekerja. Dari motivasi itulah wisatawan mencari tempat-tempat yang cocok sesuai dengan apa yang menjadi tujuannya bisa memilih destinasi wisata alam, budaya, buatan atau minat khusus. Dari berbagai referensi yang ada tersebut maka wisatawan akan mempunyai ekspektasi tertentu untuk memuaskan perjalanan wisatanya, ekspektasi dapat berupa pelayanan, fasilitas, dan tentu saja eksotisme dari destinasi wisata yang dituju. Permintaan wisata, unsur pokoknya adalah wisatawan dan masyarakat sebagai pelaku pariwisata. Lebih jauh dari sisi permintaan dapat dikelompokkan menjadi:

1. Wisatawan nusantara (wisnus) yang terbagi lagi menjadi berbagai sub-kategori, kunjungan sehari dalam radius 90 km dan dalam radius 90-200 km dalam transit (lewat dalam perjalanan ke tujuan lain) menginap 1-2 malam menginap lebih dari 2 malam ... dst.;
2. Wisatawan mancanegara (wisman) sama halnya dengan wisnus, wisman dapat terbagi lagi menjadi sub-kategori; disamping lamanya kunjungan dan jauhnya jarak perjalanan, juga dibagi atas dasar lokasi geografi – Negara asal (tempat tinggal) dan Kebangsaannya;
3. Motivasi (maksud kunjungan) merupakan salah satu indikasi mengenai produk yang diinginkan wisatawan,

CHAPTER 3

KAJIAN MIKRO EKONOMI

PARIWATA

A. PERMINTAAN PARIWISATA

1. Konsep dan Definisi

Permintaan pariwisata dapat diterangkan dalam tiga pendekatan, yaitu: Pendekatan Verbal, Pendekatan Matematis, Pendekatan Grafik.

a. Pendekatan Verbal

Ahli ekonomi mendefinisikan permintaan pariwisata sebagai sejumlah barang maupun jasa yang mau dibayar oleh konsumen pada berbagai harga selama waktu tertentu. Barang, jasa serta waktu tertentu tersebut memiliki arti bahwa:

1. Barang mempunyai wujud nyata sedangkan jasa sifatnya abstrak.
2. Barang memberi peluang untuk disimpan artinya waktu produksi dan konsumsi dapat berbeda.
3. Barang terkadang dapat dipindah-pindahkan sedangkan jasa tidak dapat dipindah-pindahkan.
4. Satuan waktu menunjukkan berapa lama pengukuran permintaan tersebut berlaku.

Ahli psikologi memandang permintaan dari perspektif motivasi dan perilaku konsumen. Dalam arti bahwa permintaan dilihat dari sisi interaksi antara personalitas, lingkungan serta

dorongan dari dalam untuk berwisata. Sedangkan ahli geografi merumuskan permintaan pariwisata sebagai sejumlah orang yang melakukan perjalanan atau berkeinginan melakukan perjalanan dengan mempergunakan fasilitas dan jasa pariwisata diluar tempat tinggalnya dan tempat mencari nafkahnya.

Mathieson dan Wall menerangkan bahwa permintaan terhadap pariwisata terdiri atas tiga komponen utama, yaitu:

1. Permintaan efektif (*actual demand*) adalah jumlah aktual wisatawan yang sedang menikmati fasilitas pariwisata.
2. Permintaan tertahan atau terselubung (*suppressed demand*) adalah seluruh atau sebagian masyarakat yang tidak melakukan perjalanan karena suatu alasan tertentu yang terdiri dari:
 - Permintaan potensial (*potential demand*) yaitu mereka yang ingin bepergian, tetapi tidak dilakukan karena belum mempunyai daya beli untuk itu. Jika nantinya telah memiliki daya beli maka permintaan potensial akan berubah menjadi permintaan efektif.
 - Permintaan tertunda (*deferred demand*) yaitu mereka yang tergolong memiliki daya beli, akan tetapi karena alasan tertentu menunda perjalanannya.
3. Tidak ada permintaan (*no demand*) adalah mereka yang tidak ada minat dan tidak mau mengadakan perjalanan wisata.

Disamping penggolongan jenis permintaan pariwisata diatas, dapat juga dibedakan permintaan pariwisata lainnya yaitu:

CHAPTER 4

PENGEMBANGAN EKONOMI PARIWISATA

A. KONSEP PENGEMBANGAN EKONOMI PARIWISATA

Pengembangan Ekonomi Pariwisata (*Tourism Economic Development-TED*) adalah konsep yang menekankan kepada pemberdayaan komunitas untuk lebih memahami nilai-nilai dan aset yang mereka miliki, seperti kebudayaan, adat istiadat, ragam kuliner, gaya hidup (Ali Hasan, 2018). Dalam konteks pembangunan pariwisata, komunitas secara mandiri memobilisasi aset dan nilai tersebut menjadi daya tarik utama bagi pengalaman berwisata wisatawan. Melalui konsep TED, setiap individu dalam komunitas diarahkan untuk menjadi bagian dalam rantai ekonomi pariwisata, untuk itu para individu diberi pengetahuan dan keterampilan untuk mengembangkan *small business* dengan ragam produk (barang dan jasa) yang layak ditawarkan ke pasar.

Defenisi pengembangan ekonomi pariwisata (*tourism economic development, TED*) yang paling lazim digunakan adalah: $TED = f$ (sumber daya alam, tenaga kerja, modal, investasi, kewirausahaan, transportasi, komunikasi, teknologi, ukuran, pasar, situasi ekonomi internasional) (Dragulanescu, and Ivan, 2012). Dengan demikian bahwa pengembangan ekonomi pariwisata dilakukan dengan (1) menggunakan potensi sumber daya manusia dan fisik setempat untuk menciptakan peluang baru dan merangsang kegiatan ekonomi berbasis lokal, (2) melalui proses kolektif untuk menciptakan kondisi yang lebih baik bagi

pertumbuhan ekonomi pariwisata dan penciptaan lapangan kerja, (3) untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dengan membangun kekuatan masa depan ekonomi pariwisata, dan (4) mampu beradaptasi dengan perubahan pasar yang semakin kompetitif.

TED sebagai konsep memperhitungkan dan menempatkan keberlanjutan sosial-budaya, lingkungan dan politik komunitas (Kantar, and Svrznjak, 2017). Pembangunan ekonomi pariwisata berfokus pada pengembangan kapasitas SDM dan kelembagaan, budaya, lingkungan dan pengembangan lintas sektor ekonomi yang mendukung kegiatan pariwisata secara berkelanjutan.

TED merekomendasikan sebuah proses integrasi, kolaborasi, strategi dan alat (*tool*) pemberdayaan komunitas dalam pembangunan ekonomi, pengembangan dan pemasaran sumber daya lokal dan budaya komunitas (Prihatno dan Ali Hasan, 2016; Martin, Morales, and Sinclair, 2008). Artinya mobilisasi pembangunan pariwisata itu diinisiasi oleh masyarakat, dilaksanakan oleh masyarakat dan untuk masyarakat mulai dari proses perencanaan, pengordinasian, pelaksanaan, pengendalian dan evaluasi manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan dalam upaya menciptakan lapangan kerja dan memberikan stimulus pada pertumbuhan ekonomi di desanya. Prinsip penerapannya adalah kerjasama stakeholders akan menentukan keberlanjutan pengembangan ekonomi lokal.

Dari sisi masyarakat, TED diartikan sebagai upaya untuk membebaskan masyarakat dari semua keterbatasan yang menghambat usahanya guna membangun jaminan keselamatan adat istiadat dan agamanya, usahanya, dan harga dirinya sebagai manusia. Semua jaminan tersebut tidak dapat diperoleh dari luar

DAFTAR PUSTAKA

BIODATA PENULIS



PENULIS DR. RIDWAN SE. M. SI., lahir di Rasabou Sila 31 Desember 1960. Penulis adalah dosen IPDN Kampus Sulawesi Selatan, menikah dengan Ibu A. Rachmi Bachtiar, S. Sos., mempunyai anak 4 orang, anak pertama Muh. Farid Ridwan, Staf IPDN Kampus Sulsel, kedua Muh. Fadhil Ridwan kuliah di STIA LAN RI, yang ketiga Muh. Fakhruddin Ridwan kuliah di UNHAS Fak. Ekonomi, yang keempat Pertiwi Utami Ridwan kuliah di fak. Ekonomi UNHAS.