

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

Sebagai acuan dalam mengkaji, membahas, dan memperjelas masalah yang diangkat dalam penelitian ini, maka diperlukan teori dari pendapat beberapa ahli sarjana untuk dijadikan perbandingan mengenai Tata Kelola Obyek Wisata Pantai Lasiana oleh Dinas Pariwisata Provinsi NTT. Penelitian mengenai Tata kelola obyek wisata sejatinya sudah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu diantaranya: dalam skripsi hasil Penelitian ¹Kaniman Veronika dengan judul “Pengembangan Obyek Wisata (studi kasus di Kelurahan Lasiana Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang)”. Dengan indikatornya: 1). Pengembangan obyek pariwisata Pantai Lasiana, 2) perhatian pemerintah terhadap pengembangan obyek pariwisata tersebut. Dari hasil penelitiannya disimpulkan bahwa pengembangan obyek wisata pantai Lasiana tidak terlepas dari Dinas Pariwisata Kota Kupang dalam melaksanakan manajemen pengembangan kawasan pariwisata yang meliputi keberadaan obyek wisata, aksesibilitas, fasilitas jasa, sehingga obyek wisata Pantai Lasiana semakin menarik wisatawan dan bisa memberikan manfaat dalam konteks pembangunan daerah Kota Kupang.

¹Kaniman Veronika, Pengembangan Obyek Wisata (studi kasus di Kelurahan Lasiana Kec. Kelapa Lima, Kota Kupang), 2012.

Penelitian² Hamonah dengan judul “Pengembangan Potensi Wisata Pantai Lasiana Sebagai Pariwisata Berkelanjutan Di Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur”. Dari hasil penelitiannya dinyatakan bahwa mengingat pengembangan lokasi wisata Pantai Lasiana belum optimal, maka perlu upaya konstruktif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mempromosikan budaya, pelestarian alam dan sumberdaya lainnya. Beberapa upaya yang dilakukan dalam mengoptimalkan pengembangan lokasi wisata Pantai Lasiana menuju pariwisata berkelanjutan.

Penelitian³ Dominikus Tarrudengan judul “ Dampak Kebijakan Pengembangan Obyek Wisata Pantai Lasiana Bagi Masyarakat Sekitarnya di Kelurahan Lasiana Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang”. Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa (1) Variabel Dampak Ekonomi Mencakup: (a) peningkatan pendapatan dari hasil usaha masyarakat setelah beroperasinya Obyek Wisata Lasiana (b) kesempatan yang kerja merekrut banyak orang untuk ikut terlibat dalam berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata. (c) peluang usaha yang dimanfaatkan masyarakat Lasiana untuk membuka usaha. (2) Variabel Dampak Sosial Mencakup: (a) gaya hidup dalam mengatur kehidupan pribadi (b) interaksi sosial, melalui hubungan-hubungan sosial yang dinamis antara individu dengan individu dan kelompok dengan kelompok yang melahirkan komunikasi.

²Hamonah, Pengembangan Potensi Wisata Pantai Lasiana Sebagai Pariwisata Berkelanjutan di Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur. (Jurnal Destinasi Pariwisata, vol.2 No. 1, 2014)

³Dominikus Taru, Dampak Kebijakan Pengembangan Obyek Wisata Pantai Lasiana Bagi Masyarakat Sekitarnya Di Kelurahan Lasiana Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang, (Kupang : Universitas Widya Mandira, 2016).

Ketiga penelitian tersebut menunjukkan kesamaan obyek studi: Obyek Wisata Pantai Lasiana. Walaupun demikian, permasalahan dan orientasi masing-masing penelitian memperlihatkan substansi pengamatan yang berbeda. Penelitian yang disebutkan pertama, mengorientasikan penelitiannya sebagai studi kasus terhadap pengembangan obyek wisata. Penelitian kedua, mengorientasikan obyek studinya pada Pengembangan Potensi Wisata Lasiana sebagai Pariwisata Berkelanjutan. Sedangkan penelitian yang disebutkan terakhir cenderung pada dampak kebijakan Pengembangan Obyek Wisata Pantai Lasiana bagi masyarakat sekitarnya.

Penelitian ini, diorientasikan pada aspek manajemen pemerintahan dengan konsep kunci Tata Kelola Pengembangan Obyek Wisata. Dengan kata lain, akan lebih berkaitan dengan aspek-aspek pengembangannya. Perspektif dari berbagai studi yang telah dikemukakan di atas, dapat juga berguna dalam mengembangkan perspektif analisis, sejauh relevan dengan konteks obyek studi ini.

2.2.Landasan Teori

2.2.1. Konsep Pariwisata

Pariwisata dalam segi etimologis berasal dari Bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu “Pari” dan “Wisata”. Pari berarti berulang-ulang, berkali-kali atau berputar-putar, sedangkan Wisata berarti perjalanan atau bepergian, berdasarkan arti kata ini, Pariwisata didefinisikan sebagai perjalanan

yang dilakukan secara berputar-putar, berulang-ulang atau berkali-kali dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud dan tujuan tertentu⁴.

⁵Yoeti dalam Anindita, pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Pada hakikatnya berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Diawali dengan kegiatan semula hanya dinikmati oleh segelintir orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian hak asasi manusia. Hal ini tidak hanya terjadi di negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang. Melalui industri ini diharapkan

⁴Simanjuntak, Bungaran Antonius. 2009. Ilmu dan Sejarah Pariwisata Indonesia, Medan.

⁵Yoeti Dalam Anindita.2015.”Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Ke Kolam Renang Boja”, Universitas Diponegoro.

pemasukan devisa dapat bertambah. Sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga meliputi industri klasik seperti kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan, dan transportasi secara ekonomi. Sebagaimana diketahui bahwa sektor pariwisata di Indonesia masih menduduki peranan yang sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional sekaligus merupakan salah satu faktor yang strategis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan devisa negara.

2.2.2. Pengembangan Obyek Wisata

1. Konsep Pengembangan

Menurut ⁶Yoeti, Pengembangan adalah usaha atau cara untuk memajukan serta mengembangkan sesuatu yang sudah ada.

Pengembangan merupakan suatu usaha yang dilakukan secara sadar, terencana, terarah untuk membuat atau memperbaiki, sehingga menjadi produk yang semakin bermanfaat untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya menciptakan mutu yang lebih baik. Tindakan yang dilakukan secara sadar dalam berbagai konteks, cenderung disebut dengan program. Karena itu, lazimnya terencana dan memiliki tujuan-tujuan yang relevan dengan obyeknya.

Tujuan-tujuan pengembangan seperti peningkatan kualitas yang dinyatakan di atas, berkaitan secara langsung dengan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan

⁶Oka A. Yoeti. 2008. Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi. Jakarta:Kompas. Hal 273

manusia secara umum maupun khusus. Hal ini yang telah umum dikenal dengan memiliki nilai tambah atau nilai lebih dari suatu obyek.

2. Obyek Wisata

Objek Wisata atau “*tourist atracction*” adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Dalam Ilmu Kepariwisata, Objek Wisata atau lazim disebut Atraksi merupakan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 1 ayat 5, Objek Wisata atau disebut Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Dalam kedudukannya yang sangat menentukan tersebut maka, daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun serta dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang ke obyek wisata.

⁷Wardiyanta memberikan penjelasan tentang yang dimaksud dengan obyek wisata adalah sesuatu yang menjadi pusat daya tarik wisatawan dan dapat memberikan kepuasan pada wisatawan. Hal yang dimaksud berupa: 1) Berasal dari alam, misalnya pantai, pemandangan alam, pegunungan, hutan, dan lain-

⁷Wardiyanta.2006. Model Analisis dalam Pengembangan Wisata Alam.Hal 52

lain.2) Merupakan hasil budaya, misalnya museum, candi, dan galeri. 3) Merupakan kegiatan masyarakat keseharian, misalnya tarian, karnaval, dan lain-lain.

Dari beberapa pengertian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa objek wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu.

⁸Yoeti memberikan penjelasan bahwa suatu obyek wisata atau daya tarik wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya. Syarat-syarat tersebut adalah:

1. *Something to see*

Di tempat tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata, yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh orang lain. Dengan perkataan lain, daerah itu harus mempunyai daya tarik yang khusus, di samping itu ia harus mempunyai pula atraksi wisata yang dapat dijadikan *entertainments* bila orang datang ke sana.

2. *Something to do*

Di tempat tersebut setiap banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi atau amusement dan tempat atau wahana yang bisa digunakan wisatawan untuk beraktivitas seperti olah raga, kesenian maupun kegiatan lain yang dapat membuat mereka betah tinggal lebih lama.

3. *Something to buy*

Di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja (*shopping*), terutama barang-barang *souvenir* dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing. Fasilitas untuk berbelanja ini tidak hanya menyediakan barang-barang yang dapat dibeli, tetapi harus pula tersedia sarana-sarana pembantu lain untuk lebih memperlancar seperti *money changer*, bank, kantor pos, dan lain-lain

Sesuai kondisi morfologi dan geografis yang berbeda antara daerah satu dengan daerah lain ataupun hasil warisan dari nenek moyang dahulu, maka tiap-

⁸Yoeti, Okta A.1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa. Hal 177

tiap daerah mempunyai potensi obyek wisata yang berbeda-beda pula, dari sini maka timbullah berbagai macam jenis obyek wisata yang dikembangkan sebagai kegiatan yang lama kelamaan mempunyai ciri khasnya sendiri.

⁹Menurut Sujali ada tiga jenis obyek wisata antara lain:

1. Obyek wisata alam (*natural resources*) Bentuk dan obyek wisata ini berupa pemandangan alam, seperti obyek wisata berwujud pada lingkungan, pegunungan, pantai, lingkungan hidup yang berupa flora dan fauna atau bentuk lain yang menarik.
2. Obyek wisata budaya (*human resources*) Bentuk dan obyek wisata ini lebih banyak dipengaruhi oleh lingkungan maupun kehidupan manusia seperti tarian tradisional ataupun kesenian, upacara adat, upacara keagamaan, upacara pemakaman, dan lain-lain.
3. Obyek wisata buatan manusia (*man made resources*) Bentuk dan wujud obyek wisata ini sangat dipengaruhi oleh aktivitas serta kreativitas manusia dimana bentuknya sangat tergantung pada keaktifan manusia. Wujudnya berupa museum, tempat ibadah, kawasan wisata yang dibangun seperti wisata taman mini, taman wisata kota, kawasan wisata ancol, dan sebagainya.

3. Pengembangan Obyek Wisata

Pengembangan obyek wisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan obyek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada di dalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.

Pengembangan obyek wisatadimaksudkan agar lebih banyak wisatawan yang tertarik dandatang tinggal lebih lama ,dan lebih banyak mengeluarkan uangnya sehingga dapat menambah devisa untuk negara bagi wisatawan asing, dan menambah pendapatan asli daerah untuk wisatawan lokal. Disamping itu juga bertujuan untuk memperkenalkan dan memelihara kebudayaan di kawasan

⁹Sujali. 1989. Geografi Pariwisata dan Kepariwisata, Yogyakarta: UGM. Hal 14

pariwisata tersebut. Sehingga, keuntungannya dan manfaatnya juga bisa dirasakan oleh penduduk sekitar khususnya.

Pengembangan obyek wisata harus sesuai dengan perencanaan yang matang sehingga bermanfaat baik bagi masyarakat, baik juga dari segi ekonomi, sosial dan juga budaya. Pada dasarnya pengembangan obyek wisata adalah suatu proses yang berkesinambungan untuk melakukan *matching* dan *adjustment* yang terus-menerus antara sisi *supply* dan *demand* kepariwisataan yang tersedia untuk mencapai misi yang telah ditentukan.

Menurut beberapa pakar seperti Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd and Wanhill dalam Sunaryo¹⁰ menjelaskan bahwa kerangka pengembangan obyek wisata paling tidak harus mencakup komponen-komponen utama sebagai berikut:

- a. Obyek atau daya tarik (*atractions*), yang mencakup daya tarik alam, budaya, maupun buatan/ *artificial*, seperti *event* atau yang sering disebut sebagai minat khusus (*special interest*).
- b. Aksesibilitas (*accessibility*), yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan model transportasi lain.
- c. Amenitas (*amenity*), yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi akomodasi, rumah makan (*food and baverage*), retail, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, biro perjalanan, pusat informasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya.
- d. Fasilitas pendukung (*ancillary services*) yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan sebagainya.

¹⁰Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd and Wanhill (1998) Dalam Sunaryo (2013). "Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata": Gava Media. Hal 159

2.2.3. Tata Kelola Pengembangan Obyek Wisata

1) Konsep Tata Kelola

¹¹Istilah tata kelola memiliki beragam definisi tergantung pada berbagai keadaan lingkungan, struktural, dan budaya, serta kerangka hukum. Standar mendefinisikan Tata Kelola sebagai:” kombinasi proses dan struktur yang di terapkan oleh dewan untuk menginformasikan, mengarahkan, mengelola, dan memantau kegiatan organisasi dalam rangka pencapaian tujuan. Tata kelola (*governance*) tidak dapat dilepaskan dari prinsip-prinsip dasar penyelenggaraan pemerintahan yang baik, yaitu : 1) Akuntabilitas, 2) Transparansi dan 3) Partisipasi¹²

¹¹PA 21110-1. April, 2010 “Governance Defenition”

¹²Mifta Thoha, 2012. “Birokrasi dan Politik di Indonesia”. Jakarta: Rajawali Pers, hal.62(penjelasan 1. Akuntabilitas. Akuntabilitas juga merujuk pada pengembangan rasa tanggung jawab publik bagi pembuat/pengambil kebijakan/keputusan di pemerintahan, *sector private* dan organisasi kemasyarakatan sebagaimana halnya kepada para pemilik (*stakeholders*) .Khusus dalam birokrasi pemerintahan, akuntabilitas merupakan upaya menciptakan *system* untuk memonitor dan mengontrol kinerja birokrasi dalam kaitannya dengan kualitas, in-efisiensi, dan perusakan sumber daya, serta transparansi dalam manajemen keuangan, pengadaan, akunting, dan penggunaan sumber daya. 2. Transparansi. Transparansi atau keterbukaan dapat dilihat pada tiga aspek yakni (1) adanya kebijakan yang terbuka terhadap pengawasan, (2) adanya akses informal sehingga masyarakat dapat menjangkau setiap segi kebijakan pemerintah, (3) berlakunya prinsip *check and balance* antar lembaga eksekutif dan legislatif. Prinsip transparansi ini bertujuan membangun rasa saling percaya antara pemerintah dengan publik di mana pemerintah harus memberikan informasi yang akurat kepada publik yang membutuhkannya. 3. Partisipasi. Partisipasi atau melibatkan masyarakat (terutama aspirasinya) dalam setiap pengambilan kebijakan atau formulasi rencana yang dibuat pemerintah. Selain itu juga dilihat pada keterlibatan masyarakat dalam implementasi berbagai kebijakan dan rencana pemerintah, termasuk dalam pengawasan dan evaluasinya. Keterlibatan dimaksud bukan dalam terwakilinya aspirasi masyarakat melalui wakilnya di DPR melainkan keterlibatan mereka secara langsung. Partisipasi dalam arti mendorong semua warga Negara untuk menggunakan hak-haknya untuk menyampaikan, baik secara langsung atau tidak, usulan dan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan, terutama memberikan kebebasan rakyat untuk berkumpul, berorganisasi, dan berpartisipasi secara aktif dalam menentukan masa depannya

Menurut Beritelli et al., (2007) tata kelola adalah konsep yang mengacu pada hubungan antara berbagai *stakeholders*, dan bagaimana mereka berinteraksi satu sama lain. Hal itu terkait bagaimana para *stakeholders* menentukan, melaksanakan, dan mengevaluasi aturan untuk interaksi para *stakeholders* atau multi organisasi. Tata kelola ini juga akan berdampak pada produk wisata, dimana memerlukan aktifitas wisata terpadu.

2) Tata Kelola Pengembangan Obyek Wisata

Tata Kelola Pengembangan Obyek Wisata adalah upaya untuk mengembangkan atau memajukan obyek wisata agar lebih baik dan lebih menarik.

Tata kelola Pengembangan obyek wisata memerlukan teknik perencanaan yang baik dan tepat. Teknik perencanaan itu harus menggabungkan beberapa aspek penunjang kesuksesan pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah aspek aksesibilitas (transportasi dan saluran pemasaran), karakteristik infrastuktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan/ *kompatibilitas* dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata, tingkat resistensi komunitas lokal, dan seterusnya¹³.

Interaksi sosial dalam tata kelola pengembangan obyek wisata, dilakukan melalui koordinasi dan sinkronisasi program antar pemangku kepentingan yang ada serta pelibatan partisipasi aktif yang sinergis (terpadu dan saling

¹³I Gede Pitane dan I Ketut Surya Diarta.2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta; Andi.Hal 134

menguatkan) antara pihak pemerintah, swasta/ industri dan masyarakat setempat yang terkait.

Menurut Carter dan Fabricus dalam Sunaryo¹⁴ berbagai elemen dasar yang harus diperhatikan dalam pengembangan obyek wisata paling tidak mencakup aspek-aspek sebagai berikut:

a. Pengembangan Atraksi dan Daya Tarik Wisata Atraksi

Merupakan daya tarik yang akan melahirkan motivasi dan keinginan bagi wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata. Atraksi atau daya tarik dapat timbul dari keadaan alam (keindahan panorama, flora dan fauna, sifat khas perairan laut, danau), obyek buatan manusia (museum, katedral, masjid kuno, makam kuno dan sebagainya), ataupun unsur-unsur dan peristiwa budaya (kesenian, adat istiadat, makanan dan sebagainya).

b. Pengembangan Amenitas dan Akomodasi Wisata

Berbagai fasilitas wisata yang perlu dikembangkan dalam aspek amenities paling tidak terdiri dari akomodasi, tempat menginap (hotel, motel, pondokan, tempat berkemah waktu liburan) rumah makan, pusat informasi wisata, toko cinderamata, pusat kesehatan, pusat layanan perbankan, sarana komunikasi, pos keamanan, biro perjalanan wisata, ketersediaan air bersih, listrik, tempat pembuangan limbah atau sampah dan lain sebagainya.

¹⁴Carter dan Fabricus (2007) dalam Sunaryo (2013) "Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata". Gava Media. Hal 172

c. Pengembangan Aksesibilitas

Aksesibilitas tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai sebuah tempat wisata, akan tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda penunjuk arah menuju lokasi wisata dan perangkat terkait lainnya

d. Pengembangan *Image* (Citra Wisata)

Pencitraan (*image building*) merupakan bagian dari *positioning*, yaitu kegiatan untuk membangun citra atau *image* di benak pasar (wisatawan) melalui desain terpadu antara aspek kualitas produk, komunikasi pemasaran, kebijakan harga, dan saluran pemasaran yang tepat dan konsisten dengan citra atau *image* yang ingin dibangun serta ekspresi yang tampak dari sebuah produk.

e. Pengembangan Kelembagaan.

Pengembangan kelembagaan terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah (*host*).

