

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Pustaka

1. Pengembangan Pariwisata

a. Definisi Pariwisata

Pariwisata sebagai istilah bahasa Indonesia adalah padanan istilah bahasa Inggris *tourism* dipakai oleh negara-negara Eropa Barat dan *travel* oleh Amerika Utara, yang mengandung makna “kepergian orang-orang, dalam jangka waktu pendek, sementara, ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan bekerja sehari-harinya serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada di tempat-tempat tujuan tersebut untuk berbagai motivasi asal usaha mereka tidak untuk mencari nafkah”.¹

Pariwisata sebenarnya bukanlah fenomena baru di dunia. Menurut Spinllane (1985:9), pariwisata sudah ada sejak dimulainya peradaban manusia dengan ditandai oleh adanya pergerakan penduduk yang melakukan ziarah dan perjalanan agama. Manusia menyadari bahwa pariwisata merupakan agen perubahan yang mempunyai kekuatan besar dan dahsyat, namun kajian aspek sosial budaya dari kepariwisataan relatif jauh tertinggal (Pitana, 1994). Menurut undang-Undang nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Definisi lain mengatakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancongan, turisme. Pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yaitu “Pari” yang berarti banyak, penuh atau berputar-putar, dan “Wisata”

¹Pendit Nyoman Suwandi, *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*, Cet. Ketujuh, Pradnya Paramita, Jakarta, 2002, hlm. 01

yaitu perjalanan, jadi pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain (Idris Abdurachman, 1998:71). Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan pariwisata, sedangkan orang yang melakukan wisata disebut dengan wisatawan.

Berikut ini definisi atau pengertian pariwisata menurut beberapa ahli: menurut Mc. Intosh dan Goelder “pariwisata adalah ilmu atau seni dan bisnis yang dapat menarik dan menghimpun pengunjung, termasuk didalamnya berbagai akomodasi dan catering yang dibutuhkan dan diminati oleh pengunjung.”

Sedangkan menurut James J Spillane “pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain dan bersifat sementara, dilakukan perorangan ataupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan, keserasian dalam dimensi sosial budaya dan ilmu.”²

Dengan demikian dari keseluruhan uraian diatas maka, pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya sebagai sektor yang kompleks, ia juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomis juga dipandang sebagai industri.³

b. Obyek dan Daya Tarik Wisata

Obyek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan merupakan sumber daya potensial belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Obyek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi bagi kepariwisataan.

²Suryo Sakti Hadiwijoyo, *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat: Sebuah Pendekatan Konsep*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2012, hlm. 41

³*Op. Cit.*, hlm. 32

Obyek dan daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) yaitu;

1) Obyek Wisata Alam

Obyek wisata alam adalah sumberdaya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya.

2) Obyek Wisata Sosial Budaya

Obyek wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai obyek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, situs arkeologi, upacara adat, kerajinan dan seni pertunjukan.

3) Obyek Wisata Minat Khusus

Obyek wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus.

Perencanaan dan pengelolaan obyek dan daya tarik wisata alam, sosial budaya maupun minat khusus harus berdasarkan pada kebijakan rencana pembangunan nasional maupun regional. Apabila kedua rencana tersebut belum tersusun, maka tim perencana pengembangan obyek dan daya tarik wisata harus ampu mengasumsikan rencana kebijakan yang sesuai dengan area yang bersangkutan dengan melibatkan peran serta masyarakat setempat.⁴

c. Klasifikasi Motif dan Tipe Wisata

Demikian beragamnya motif wisata yang mendorong seseorang melakukan perjalanan wisata, akan tetapi tidak ada kepastian apakah semua jenis motif wisata telah atau dapat diketahui. Pada hakikatnya motif orang untuk mengadakan perjalanan wisata itu tidak terbatas dan tidak dapat dibatasi.

⁴*Op. Cit.*, hlm. 49

McIntosh mengklasifikasikan motif-motif wisata yang dapat diduga itu ada (4) empat kelompok, yaitu :

- 1) Motif Fisik, yaitu motif-motif yang berhubungan dengan kebutuhan badaniah, seperti olahraga, istirahat, kesehatan dan sebagainya.
- 2) Motif Budaya, yang harus diperhatikan disini adalah yang bersifat budaya seperti, sekedar untuk mengenal atau memahami taat cara dan kebudayaan bangsa atau daerah lain : kebiasaannya, kehidupan sehari-hari, kebudayaannya yang berupa bangunan, musik, tarian dan sebagainya.
- 3) Motif Interpersonal, yang berhubungan dengan keinginan untuk bertemu keluarga, teman, tetangga, atau sekedar dapat melihat tokoh-tokoh terkenal : penyanyi, penari, bintang film, tokoh politik dan sebagainya.
- 4) Motif Status atau Motif Prestise, banyak orang beranggapan bahwa orang yang pernah mengunjungi tempat lain itu dengan sendirinya melebihi sesamanya yang tidak bepergian. Orang yang pernah bepergian ke daerah-daerah lain dianggap atau merasa dengan sendirinya naik gengsinya atau statusnya.

Klasifikasi McIntosh tersebut sudah tentu dapat disubklasifikasikan menjadi kelompok-kelompok motif yang lebih kecil. Motif-motif yang lebih kecil tersebut digunakan untuk menentukan tipe perjalanan wisata. Misalnya, tipe wisata rekreasi, olahraga, ziarah, kesehatan.

Dibawah ini tercantum sejumlah subkelas motif wisata serta tipe wisatanya yang sering disebut-sebut sebagai berikut:

- 1) Motif Bersenang-senang atau Tamasya

Motif bersenang-senang atau tamasya, melahirkan tipe wisata tamasya. Wisatawan tipe ini ingin mengumpulkan pengalaman sebanyak-banyaknya, mendengarkan dan menikmati apa saja yang menarik perhatian. Ia tidak terikat pada satu sasaran

yang sudah ditentukan dari rumah. Wisatawan tamasya berpindah-pindah dari tempat yang satu ke tempat yang lain dengan menikmati pemandangan alam, adat kebiasaan setempat, pesta rakyat, hiruk pikuk kota besar atau ketenangan tempat yang sepi, *monument*, peninggalan sejarah dan sebagainya. Wisatawan tipe ini sukar dibedakan dari wisatawan tipe berikutnya.

2) Motif Rekreasi

Motif rekreasi dengan tipe wisata rekreasi ialah kegiatan yang menyelenggarakan kegiatan yang menyenangkan yang dimaksud untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohani manusia. Kegiatan-kegiatannya dapat berupa olahraga (tenis, berkuda, mendaki gunung), membaca mengerjakan hobi dan sebagainya; juga dapat diisi dengan perjalanan tamasya singkat untuk menikmati keadaan di sekitar tempat menginap (*sightseeing*). Bedanya dengan wisatawan tipe wisata tamasya adalah wisatawan tipe rekreasi biasanya menghabiskan waktunya di satu tempat saja, sedangkan wisatawan tamasya berpindah-pindah.

3) Motif Kebudayaan

Dalam tipe wisata kebudayaan orang tidak hanya sekedar mengunjungi suatu tempat untuk menyaksikan dan menikmati atraksi, akan tetapi lebih dari itu. Ia mungkin datang untuk mempelajari atau mengadakan perjalanan wisata untuk memperkaya diri, menambah pengalaman dan mempertajam kemampuan penghayatannya. Pelukis-pelukis sering sering menjelajahi daerah-daerah tertentu untuk mencari dan mengumpulkan obyek lukisan. Mereka itu semua mengadakan perjalanan berdasarkan motif kebudayaan. Jelaslah bahwa atraksi tidak selalu berupa kebudayaan, dapat juga berupa keindahan alam, atau seniman, atau guru yang terkenal, untuk mengadakan wawancara, bertukar pikiran dan sebagainya. Dalam wisata budaya

itu juga termasuk kunjungan wisatawan ke berbagai peristiwa khusus (*special events*) seperti upacara keagamaan, penobatan raja, pemakaman tokoh tersohor, pertunjukan rombongan kesenian yang terkenal dan sebagainya.

4) Wisata Olahraga

Wisata olahraga ialah pariwisata di mana wisatawan mengadakan perjalanan wisata karena motif olahraga. Wisata olahraga ini merupakan bagian yang penting dalam kegiatan pariwisata. Olahraga dewasa ini merata di kalangan rakyat dan tersebar di seluruh dunia, dengan bermacam-macam organisasi baik yang bersifat nasional maupun internasional. Dalam hubungan dengan olahraga, harus dibedakan antara pesta olahraga atau pertandingan olahraga (*sporting events*).

5) Wisata Bisnis

Bisnis merupakan motif dalam wisata bisnis. Banyak hubungan terjadi antara orang-orang bisnis. Ada kunjungan bisnis, ada pertemuan-pertemuan bisnis, ada pekan raya dagang yang harus dikunjungi dan sebagainya, ada yang besar, ada yang kecil. Semua peristiwa itu mengundang kedatangan orang-orang bisnis, baik dari dalam maupun dari luar negeri. Arus wisatawan itu tidak hanya bertambah besar pada waktu peristiwa-peristiwa itu terjadi.

6) Wisata Konvensi

Banyak pertemuan-pertemuan nasional maupun internasional untuk membicarakan bermacam-macam masalah: kelaparan dunia, pelestarian hutan, pemberantasan penyakit tertentu, sekadar untuk pertemuan tahunan antara ahli-ahli di bidang tertentu, dan sebagainya. Perjalanan wisata yang timbul karenanya pada umumnya disebut wisata konvensi.

7) Motif Spiritual

Motif spiritual merupakan salah satu tipe wisata yang tertua. Sebelum orang mengadakan perjalanan untuk rekreasi,

bisnis, olahraga, dan sebagainya, orang sudah mengadakan perjalanan untuk berziarah (pariwisata ziarah) atau untuk keperluan keagamaan lain. Tempat-tempat ziarah di Palestina, Roma, Mekkah dan Madinah merupakan tempat-tempat tujuan perjalanan pariwisata yang penting.

8) Motif Interpersonal

Istilah ini belum mapan dalam literatur kepariwisataan. Maksudnya jelas, yaitu bahwa orang dapat mengadakan perjalanan untuk bertemu dengan orang lain: orang dapat tertarik oleh orang lain untuk mengadakan perjalanan wisata, atau dengan istilah kepariwisataan: manusia pun dapat merasakan atraksi wisata.

9) Motif Kesehatan

Wisata kesehatan (*health tourism*) pada zaman dahulu merupakan tipe wisata yang penting sekali. Selalu ada kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata di tempat-tempat sumber air mineral (*spa*) yang dianggap memiliki khasiat untuk menyembuhkan penyakit. Atau wisata kesehatan seperti yang sekarang sering dilakukan pasien Indonesia yang berobat ke Singapura, Jepang, check up ke Amerika Serikat, dan sebagainya. Perjalanan pasien-pasien tersebut adalah perjalanan wisata kesehatan.

10) Wisata Sosial

Tipe wisata sosial (*social tourism*) itu bukanlah wisata yang berdasarkan bermotif sosial. Seperti motif wisata pada umumnya, motif wisata sosial ialah rekreasi, bersenang-senang (*pleasure tourism*) atau sekadar mengisi waktu libur. Akan tetapi perjalanannya dilaksanakan dengan bantuan pihak-pihak tertentu yang diberikan secara sosial. Bantuan itu dapat berupa kendaraan, tempat penginapan seperti wisma peristirahatan atau hotel, yang hanya menarik sewa yang rendah sekali. Sebagai contohnya, wisata sosial buruh suatu pabrik untuk mengisi waktu liburan yang

disubsidi oleh perusahaan, berupa angkutan, makan, dan wisma peristirahatan.⁵

d. Industri Pariwisata dan Pengembangannya

Kemajuan ekonomi dan kesejahteraan suatu bangsa diakselerasi oleh kegiatan industri, karena industri dapat menggerakkan banyak komponen dan banyak sektor perekonomian, meningkatkan produktivitas serta membuka lapangan kerja baru. Pendekatan industri memicu pergerakan ekonomi ke arah kegiatan yang produktif yang ditunjang oleh aplikasi teknologi. Industri didukung oleh komponen tersedianya unsur yang esensial yang memungkinkan semua kegiatan ke arah efisiensi waktu dan penggunaan sumberdaya.

Telah disinggung sebelumnya bahwa kegiatan ekonomi yang digerakkan berbasis industri akan lebih cepat mendatangkan kesejahteraan bagi pelaku industri, sehingga banyak Negara di dunia menyandarkan pembangunan ekonominya berbasis industri. Aktivitas ekonomi berbasis industri akan dikelola secara lebih efisien sehingga profitabilitas yang didapat berbagai komponen yang terlihat lebih besar.

1) Pengertian Industri dan Industri Pariwisata

Industri adalah kegiatan ekonomi yang produktif menghasilkan produk tertentu yang memiliki nilai ekonomi dan komersial yang tinggi, dikelola secara efektif dan efisien sehingga dapat segera meningkatkan kesejahteraan lebih nyata dan lebih cepat bagi pelaku atau pengusaha industri. Industri pariwisata adalah industri yang menghasilkan produk atau barang dan jasa melibatkan berbagai bidang kegiatan ekonomi yang produktif untuk mendukung usaha di bidang pariwisata, baik langsung maupun tidak langsung.

⁵R.G. Soekadijo, *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata sebagai "Systemic Linkage"*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1996, hlm. 36-47

a) Unsur-unsur Industri Pariwisata

Pariwisata sebagai sebuah industri tidak sesederhana pengelompokan unsur-unsur industri konvensional. Industri pariwisata terkait dimensi lokasi, aktivitas ekonomi, tergantung jenis usaha dan pengunjungnya. Pariwisata melibatkan berbagai usaha jasa yang mempergunakan bahan baku yang sangat beragam tergantung dari bahan baku yang dihasilkan. Modal yang diinvestasikan juga tergantung pada jenis usaha, kecuali pembangunan infrastruktur penunjang wisata yang membutuhkan dana yang besar. Teknologi yang dibutuhkan dalam aktivitas pariwisata di samping tergantung pada jenis usaha, tampaknya tidak menjadi penentu, kecuali teknologi bidang transportasi. Di samping itu terdapat wadah organisasi yang memayungi kegiatan pariwisata, seperti organisasi perhotelan, organisasi perjalanan atau biro dan agen perjalanan (*trave agent*). Unsur pemasaran pariwisata berbeda dengan industri lainnya di mana produk dilempar ke pasar, konsumen mendapatkan dan bertransaksi di pasar. Dalam industri pariwisata, konsumen adalah wisatawan yang datang mengunjungi penghasil produk dan jasa wisata, di sinilah bedanya.

Cakupan industri pariwisata tidak sesederhana industri yang lain, karena produknya di samping barang juga produk jasa. Tidak mudah memilah semua komponen yang terlibat namun dapat diidentifikasi sebagai unsur-unsur industri pariwisata.

Unsur-unsur industri pariwisata yang dapat dijabarkan adalah sebagai berikut :

- (1) Lokasi, menyangkut desa, kota atau daerah dalam suatu negara menjadi destinasi wisata.

- (2) Bahan dasar atau bahan baku adalah berbagai komponen yang dapat diolah menjadi produk, seperti jasa berbagai layanan pada wisatawan dan berbagai kegiatan seni untuk hiburan.
- (3) Modal, semua investasi yang diarahkan untuk pengembangan yang menunjang pariwisata
- (4) Sumberdaya manusia, semua personal yang terlibat dalam menyediakan jasa wisata
- (5) Pemasaran pariwisata, pertemuan konsumen, wisatawan dengan produsen produk wisata daerah, Negara
- (6) Manajemen, semua sistem yang terlibat dalam manajemen industri seperti: *planning, staffing, organizing, evaluating, controlling*, dan unsur manajemen lainnya.

b) Bentuk Usaha Wisata

Perusahaan atau pengusaha yang beraktivitas pada jasa pariwisata dapat berbentuk usaha kecil, usaha menengah, maupun usaha besar yang membentuk dan mendukung industry pariwisata. Dilihat dari aspek produk, pengelola usaha-usaha itu dapat digolongkan menjadi pengelola usaha jasa, pengelola usaha sarana dan pengelola usaha jasa daya tarik. Berbagai bentuk jasa usaha itu dikemukakan sebagai berikut:

- (1) Usaha jasa wisata
- (2) Usaha jasa perhotelan
- (3) Usaha jasa transportasi
- (4) Usaha biro perjalanan/agen perjalanan
- (5) Usaha jasa boga/kuliner
- (6) Usaha jasa kawasan wisata
- (7) Usaha jasa hiburan dan cendera mata⁶

⁶I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2015, hlm. 103-118

c) Pengembangan dan Perencanaan Pariwisata

(1) Regulasi Kepariwisataan

Usaha pengembangan pariwisata akan melibatkan kawasan dan melibatkan berbagai institusi sehingga perlu memahami berbagai regulasi. Regulasi yang lebih teknis tentu banyak dalam bentuk peraturan pemerintah, keputusan-keputusan menteri, demikian juga di tingkat daerah (Perda). Dalam era otonomi daerah tentu banyak regulasi oleh pemerintah provinsi dan pemerintah kabupaten atau kota. Regulasi ini penting dalam rangka pengaturan pengembangan pariwisata agar tidak berbenturan karena adanya konflik kepentingan (*conflict of interest*) tetapi mestinya berjalan saling menunjang.

(2) Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata menjadi pilihan penting bagi suatu negara atau daerah karena multieffek yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata. Pertumbuhan ekonomi merupakan dampak utama yang dicirikan oleh terbukanya lapangan kerja, stimulasi investasi sehingga berkembang produk wisata baik barang maupun berbagai jasa sehingga pariwisata terus berkembang. Dikemukakan oleh Marpaung (2000) pengembangan pariwisata tidak terlepas dari adanya daya tarik wisata sampai adanya jenis pengembangan yang ditunjang oleh penyediaan fasilitas dan aksesibilitas. Obyek daya tarik wisata sangat erat hubungannya dengan *travel motivation* dan *travel fashion*.

Pengembangan pariwisata harus dilengkapi dengan perencanaan yang baik dalam skala mikro maupun sakala makro. Perencanaan adalah proses mendefinisikan tujuan, membuat strategi untuk mencapai tujuan, dan mengembangkan rencana aktivitas kerja dalam mencapai

tujuan (Hakim, 2012). Berbagai daerah memiliki rencana pengembangan obyek atau atraksi wisata maupun rencana pengembangan secara regional atau nasional.

(3) Tahap Perencanaan

(a) Kajian Awal Tentang Potensi Pariwisata

Perencanaan pengembangan pariwisata yang baik tentu harus didahului dengan kajian awal untuk mengetahui potensi dan prospeknya ke depan. Kajian yang relevan adalah studi kelayakan atau *feasibility study*. Studi kelayakan yang baik menurut Warnell (1986), menyangkut berbagai kegiatan yakni: Mengevaluasi kondisi nyata suatu produk atau layanan; Mengevaluasi peluang pengembangan produk dan jasa; Mengevaluasi peluang penciptaan produk dan jasa baru; Mengidentifikasi penyandang dana yang potensial bagi proyek.

(b) Analisis SWOT dalam Perencanaan

Damanik dan Weber (2006) mengemukakan, dalam pengembangan organisasi dalam menetapkan visi, misi, tujuan dan sasaran dikenal suatu kegiatan analisis yang dikenal sebagai *SWOT Analysis* yakni menganalisis kekuatan (*strong*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Pelaksanaan analisis SWOT ini untuk melengkapi studi kelayakan.

Unsur-unsur *SWOT analysis* untuk mengetahui berbagai faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Faktor-faktor itu jika dikaji dapat bersumber dari dalam sebagai sumber internal maupun bersumber dari luar sebagai sumber eksternal.

Hasil kajian yang dilakukan secara baik akan memberi informasi tentang faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang ada dalam suatu obyek atau kawasan wisata, jika kekuatan yang lebih tinggi skornya tentu dapat memberi sinyal untuk ditindak lanjuti perencanaannya. Di sisi lain jika peluang skornya tinggi dan ancaman lebih kecil tentu juga merupakan isyarat untuk pengembangannya ditindak lanjuti. Jika kondisi sebaliknya terjadi di mana skor tantangan dan ancaman lebih tinggi tentu menjadi penghambat dalam pengembangan pariwisata.

Dicontohkan di sini untuk pengembangan ekowisata dikenal beberapa unsur atau variabel yang menjadi kajian penting seperti dikemukakan dalam tabel berikut ini:

UNSUR	VARIABEL
Atraksi alam	Lokasi, jenis, jumlah mutu, masalah, daya tarik
Atraksi budaya	Lokasi, jenis, jumlah mutu, masalah, daya tarik
Dampak lingkungan yang potensial	Perubahan lingkungan fisik, ekologis, daya dukung
Aksesibilitas	Daya angkut, akses, mutu, frekuensi, biaya
Pasar	Daerah asal, tipe perjalanan, tipe kegiatan
Usaha jasa	Mutu, kesesuaian pasar, masalah lain
Informasi wisata	Mutu peta, buku panduan wisata, pemaparan, akurasi dan autentitas informasi
Promosi	Efektivitas advertensi, publisitas, kehumasan, insentif, moda promosi
Organisasi dan	Organisasi terkait, hubungan

kelembagaan	kerja, kemitraan, <i>teamwork</i> pengembangan
Komitmen pelaku wisata	Dukungan nyata berbagai sector, sikap public dan masyarakat local terhadap pengembangan.

(c) Penetapan Tujuan dan Sasaran

Penetapan tujuan pengembangan suatu obyek wisata harus mempertimbangkan dampak positif serta dampak negatif yang mungkin timbul. Dampak positif terutama adalah bidang ekonomi yang terkait dengan berkembangnya kegiatan ekonomi seperti berkembangnya industri penunjang pariwisata, terbukanya kesempatan kerja, berkembangnya upaya pelestarian lingkungan untuk terciptanya keindahan dan kesejukan lingkungan.

Penetapan tujuan pengembangan pariwisata juga mempertimbangkan kemungkinan muncul dampak negatif. Kegiatan pariwisata melibatkan banyak pihak dan banyak perangkat dan kunjungan wisatawan menjadi indikator penting. Di sinilah perencanaan harus dapat mengantisipasi munculnya dampak negatif tersebut.

Sasaran pengembangan adalah berbagai pihak yang terlibat agar dapat memetik manfaat dari pengembangan kegiatan. Pihak yang terlibat itu adalah pemerintah dan masyarakat yang berada dalam jangkauan pengembangan. Manfaat pengembangan wisata juga memperhatikan tidak saja pemerintah dan pelaku, tetapi juga harus memerhatikan aspek lingkungan.

(d) Penetapan Prioritas

Ada tiga hal penting dalam perencanaan dan ditetapkan prioritasnya adalah bidang infrastruktur, bidang akomodasi dan bidang obyek wisata itu sendiri. Tiga bidang ini harus mendapat perhatian serius ditangani secara sinergis oleh pihak-pihak terkait. *Pertama*, Infrastruktur (prasarana) dan Sarana. Pembangunan untuk memajukan kesejahteraan masyarakat tidak bisa mengabaikan infrastruktur, karena ketersediaan infrastruktur yang memadai akan membuka isolasi daerah sehingga dapat mengembangkan ekonomi. Pembangunan infrastruktur mencakup jalan, jembatan, bandara, pelabuhan laut, stasiun kereta api, telekomunikasi dll. Obyek-obyek wisata mudah dijangkau dengan tersedianya infrastruktur yang memadai.

Kedua, Akomodasi diartikan sebagai bagian dari kebutuhan manusia dalam perjalanan sebagai tempat untuk menginap atau beristirahat. Akomodasi bagi orang-orang yang melakukan perjalanan adalah hotel yang terdiri dari berbagai tingkatan, hotel bintang lima sampai bintang satu, hotel non bintang dan tempat penginapan yang murah.

Ketiga, Obyek Wisata. Pengembangan wisata tentunya fokus pada pengembangan obyek wisata, baik wisata alam, wisata budaya, wisata artifisial maupun wisata alternatif. Kebutuhan wisatawan untuk menikmati keindahan alam, menyaksikan atraksi budaya, membeli produk seni sebagai cendera mata harus bisa dikembangkan

dalam perencanaan pengembangan pariwisata, agar dapat memenuhi kebutuhan wisatawan. Kebutuhan wisatawan dikenal sebagai *triple S something to see, something to do* dan *something to buy*. Daerah yang dapat mengembangkan kedua obyek itu dan mampu memenuhi kebutuhan *triple S* itu tentu dapat menarik manfaat dari pengembangan wisata yang diprogramkan yang ditandai dengan kunjungan wisatawan yang meningkat.⁷

(e) Strategi Pemasaran

Pemasaran atau marketing, merupakan kegiatan yang menonjolkan aktivitas bisnis sehingga perlu disadari secara baik oleh para pelaku bisnis wisata. Pemasaran boleh dikatakan sebagai medan terakhir dari seluruh kegiatan perencanaan, sehingga target untuk mengejar jumlah kunjungan wisatawan dapat dicapai secara optimal.

Damanik dan Weber (2006) yang menyetir pakar pemasaran mengemukakan bahwa dalam ilmu pemasaran dikenal konsep marketing mix, yakni 4 P: Product, Price, Place, Promotion. Berikut ini akan diuraikan secara singkat empat P tersebut.

- 1) *Product* atau produk wisata, adalah hasil dari sebuah proses pembangunan atau pengembangan yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Dinikmati oleh wisatawan itu kegiatannya adalah melihat, menonton, mengamati, merasakan, membeli, mengerjakan, melakukan dan lain sebagainya. Sifat dari produk adalah unik, indah, menarik, bernilai seni tinggi, langka memiliki keunggulan, dan yang penting tidak didapatkan di negara atau di daerah asalnya.

⁷*Ibid.*, hlm. 118-126

- 2) *Price* atau harga. Dalam dunia pariwisata, Damanik dan Weber (2006) mengelompokkan harga menjadi biaya tetap (*fixedcost*) dan harga yang fleksibel atau dapat berubah (*variable cost*). Harga atau biaya yang termasuk sudah tetap adalah biaya manajemen biro perjalanan, gaji pramuwisata, pajak atau reproduksi, pemasaran, transportasi/komunikasi dan listrik/air. Harga atau biaya yang termasuk berubah adalah biaya akomodasi, makanan dan minuman, pramuwisata lokal.
- 3) *Place* atau tempat. Lokasi obyek wisata sebagai produk haruslah mudah dijangkau atau memiliki aksesibilitas yang baik, mencakup jarak maupun ketersediaan moda transportasi darat, udara, atau laut yang mudah dan murah. Kunjungan wisatawan ke tempat wisata yang mudah dijangkau mengundang wisatawan baik dalam negeri maupun mancanegara untuk berkunjung secara masal. Di samping itu kemudahan untuk menjangkau suatu obyek atau kawasan wisata akan lebih beragam dari segi profesi maupun usia wisatawan.
- 4) *Promotion* atau promosi. Promosi merupakan elemen penting dalam pengembangan pariwisata termasuk strategi pemasaran. Promosi pada hakikatnya merupakan pelaksanaan upaya pemasaran. Promosi pariwisata harus dilaksanakan secara selaras dan terpadu, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Promosi dilakukan melalui penyebaran informasi seluas-luasnya kepada *stakeholder* dalam hal ini adalah masyarakat umum atau publik yang berpotensi menjadi calon wisatawan di suatu daerah atau Negara.⁸

e. Dasar Agama tentang Pariwisata

Walaupun agama lebih mengarah pada hal-hal yang bersifat pemaknaan dan spiritual yang berada pada ranah kesadaran individu namun demikian agama juga bisa menjadi sebuah kesadaran kolektif, yang menimbulkan motivasi untuk belajar dan mempelajari sebuah

⁸Happy Marpaung, *Pengetahuan kepariwisataan*, Arfino Raya, Bandung, 2016, hlm. 83

agama secara pemaknaan dan juga sekaligus membuktikan secara empiric tentang kebesaran sebuah agama. Motivasi belajar melalui pembuktian inilah telah membawa kesadaran akan perkunjungan ke tempat-tempat bersejarah Islam, berziarah ke makam-makam para tokoh Islam yang mungkin berada pada wilayah yang jauh, yang mungkin berada di sebuah Negara di luar negaranya. Hal tersebut, secara langsung telah menimbulkan terjadinya permintaan terhadap pariwisata karena ketersediaan penawaran tempat bersejarah Islam sebagai sarana pembelajaran Islam itu sendiri.

Pada kenyataan yang lainnya, beberapa Negara yang berpenduduk mayoritas muslim terbukti memiliki banyak tempat-tempat wisata terkenal, dan itu dapat dilihat di beberapa Negara di wilayah timur tengah, dan juga afrika utara. Kenyataan lain juga dapat ditemukan bahwa di beberapa Negara yang berpenduduk mayoritas muslim telah memiliki perencanaan yang bagus dengan pengembangan pariwisata di negaranya, adanya manajemen industri pariwisata yang cukup rapid an professional, sebagai contohnya Malaysia, Turki, Qatar dan sebagainya.⁹

Dalam pandangan Islam, pariwisata diwujudkan dalam hal perjalanan spiritual, tentang pemaknaan dan pencapaian sebuah tuntutan ajaran agama itu sendiri “*syariah*”, kenyataan ini telah membuat Negara Saudi Arabia memetik banyak keuntungan baik secara material maupun statusnya sebagai sebuah Negara yang memiliki tempat yang dianggap suci oleh kaum muslim yakni Mekah dan Madinah.

Islam sangat menganjurkan umatnya untuk bepergian, bahkan salah satu ulama Islam yang cukup terkenal bernama Ibnu Batutah, adalah salah satu penjelajah dunia asal Maroko yang dikenal baik di dunia Barat maupun Islam. Dalam bahasa Islam kita mengenal istilah

⁹Hery Sucipto, Fitria Andayani, *Wisata Syariah, karkter, Potensi, Prospek, dan Tantangannya*, Grafindo Books Media, Jakarta, 2014, hlm. 48-49

hijrah, berpindahnya seseorang dari suatu tempat ke tempat lainnya yang lebih baik, karena dalam *hijrah* setidaknya ada tiga manfaat yaitu mendapatkan ilmu yang baru, mendapatkan saudara yang baru dan terbukanya pintu rejeki. Karena hakikatnya Allah SWT sengaja telah menciptakan manusia dengan beragam suku dan budaya untuk saling mengenal, memahami budaya masing-masing kemudian membuka pikirannya untuk bertakwa kepada Allah. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an surat Al-Ankabut ayat 20 Allah SWT berfirman:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ
النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٢٠﴾

Artinya:“ Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, Maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”¹⁰

Dalam surat Al-Ankabut di atas Allah SWT juga mengisyaratkan untuk berjalan di muka bumi sebagai lahan yang telah Allah SWT hamparkan bagi manusia untuk dijelajahi, dan dipelajari untuk kemudian diambil hikmahnya. Sehingga setiap muslim semakin bertambah keimanannya kepada Allah.¹¹

Tidak boleh safar ke Negara kafir, karena ada kekhawatiran terhadap akidah, akhlak, akibat bercampur, dan menetap di tengah orang kafir di antara mereka. Akan tetapi kalau ada keperluan mendesak dan tujuan yang benar untuk safar ke negara mereka seperti safar untuk berobat yang tidak ada di negaranya atau safar untuk belajar yang tidak didapatkan di negara Muslim atau safar untuk berdagang, kesemuanya ini adalah tujuan yang benar, maka dibolehkan safar ke negara kafir dengan syarat menjaga syiar keislaman dan

¹⁰Al-Qur'an surat Al-Ankabut ayat 20, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Karya Toha Putra, Semarang, 2009, hlm. 398

¹¹*Op. Cit.*, Hlm 50

memungkinkan melaksanakan agamanya di negara mereka. Hendaklah seperlunya, lalu kembali ke negeri Islam. Adapun kalau safarnya hanya untuk wisata, maka tidak dibolehkan. Karena seorang muslim tidak membutuhkan hal itu serta tidak ada manfaat yang sama atau yang lebih kuat dibandingkan dengan bahaya dan kerusakan pada agama serta keyakinan.¹²

2. Wisata Religi

a. Definisi Wisata Religi

Wisata religi atau wisata pilgrim sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda. Wisata pilgrim ini banyak dihubungkan dengan niat atau hasrat sang wisatawan untuk memperoleh restu, kekuatan batin, keteguhan iman dan tidak jarang pula untuk memperoleh berkah dan kekayaan melimpah. Dalam hubungan ini, orang-orang Khatolik misalnya melakukan wisata pilgrim ini ke Istana Vatikan di Roma, orang-orang Islam ke tanah suci, orang-orang Buddha ke tempat-tempat suci agama Buddha di India, Nepal, Tibet dan sebagainya. Di Tanah Air kita, banyak tempat-tempat suci atau keramat yang dikunjungi oleh umat-umat beragama tertentu, misalnya Candi Borobudur, Prambanan, Pura Besakih di Bali, Sendangsono di Jawa Tengah, makam Wali Songo, Gunung Kawi, makam Bung Karno di Blitar dan sebagainya. Banyak agen atau biro perjalanan menawarkan wisata pilgrim ini pada waktu-waktu tertentu dengan fasilitas

¹²*Ibid.*, hlm. 52.

akomodasi dan sarana angkutan yang diberi reduksi menarik ke tempat-tempat tersebut di atas.¹³

Wisata religi yang dimaksudkan disini lebih mengarah kepada wisata ziarah. Secara etimologi ziarah berasal dari Bahasa Arab yaitu *zaaru, yazuuru, ziyarotan*. Ziarah dapat berarti kunjungan, baik kepada orang yang masih hidup maupun yang sudah meninggal, namun dalam aktivitas pemahaman masyarakat, kunjungan kepada orang yang telah meninggal melalui kuburannya. Kegiatannya pun lazim disebut dengan ziarah kubur.

Dalam Islam, ziarah kubur dianggap sebagai perbuatan sunnah yaitu apabila dikerjakan mendapat pahala dan apabila ditinggalkan tidak berdosa. Praktik ziarah sebenarnya telah ada sebelum Islam, namun dlebih-lebihkan sehingga Rasulullah sempat melarangnya. Tradisi ini pun dihidupkan kembali bahkan dianjurkan untuk mengingat kematian.¹⁴

b. Manfaat dan Tujuan Wisata Religi

Islam memberikan kesempatan kepada umatnya untuk berwisata religi agar dari sana tumbuh kesadaran akan kesementaraan hidup di dunia. Dengan berziarah atau berwisata religi diharapkan tumbuh intropeksi diri. Adapun manfaat dari wisata religi, yaitu:

- 1) Orang yang berziarah akan mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT karena ziarah kubur termasuk perbuatan yang mulia.
- 2) Mengingatkan orang yang berziarah akan adanya kematian. Dengan ingat adanya kematian seseorang itu akan senantiasa melakukan amal perbuatan yang diridhai Allah SWT dan berusaha dengan semaksimal mungkin untuk meninggalkan segala perbuatan yang telah dilarang-Nya.

¹³Pendit Nyoman Suwandi, *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*, Cet. Ketujuh, Pradnya Paramita, Jakarta, 2002, hlm. 42

¹⁴Ruslan, Arifin, *Ziarah Wali Spiritual Sepanjang Masa*, Pustaka Timur, Yogyakarta, 2007, hlm. 6

- 3) Berkeyakinan bahwa setiap amal perbuatannya selama hidup di dunia nanti di hari kiamat akan di mintai pertanggung jawabannya. Oleh sebab itu, sebelum ajal menjemput ia berlomba-lomba melakukan amal kebajikan serta memperbanyak taubat dan istighfar atas dosa-dosa yang pernah dilakukannya.
- 4) Dapat berzuhud terhadap dunia, artinya meninggalkan semua kesenangan dunia yang hanya bersifat sementara itu dan lebih berbakti lagi kepada Allah SWT.
- 5) Apabila diberi Allah SWT karunia berupa kekayaan ia akan menjadi orang yang dermawan karena ia berkeyakinan bahwa semua harta yang dimilikinya itu hanyalah titipan dari Allah SWT, yang tidak akan dibawanya ke liang kubur.
- 6) Meyadarkan seseorang agar tidak takabbur atau sombong, karena pada dasarnya mausia itu amatlah lemah.¹⁵

Manfaat lain yang didapat dari kegiatan wisata religi, salah satunya adalah dari segi ekonomi, yang mana salah satunya adalah didapatkan dari pengeluaran atau pembelanjaan para pengunjung akan meningkatkan pendapatan dan keuntungan bagi masyarakat setempat.

Berikut adalah manfaat dari bidang ekonomi dengan adanya wisata religi:

- 1) Meningkatkan kesempatan kerja dan peluang usaha
- 2) Meningkatkan pendapatan
- 3) Meningkatkan penerimaan devisa
- 4) Meningkatkan pendapatan pemerintah dari pajak dan keuntungan badan usaha milik pemerintah.¹⁶

Tujuan wisata religi mempunyai makna yang dapat dijadikan pedoman untuk menyampaikan syiar Islam di seluruh dunia, dijadikan sebagai pelajaran untuk mengingat ke-Esaan Allah, mengajak dan

¹⁵Rahimsyah, *Kisah Perjuangan WALISONGO*, Dua Media, Surabaya, 2010, hlm. 120

¹⁶<http://pariwisatadanteknologi.blogspot.com> diakses tanggal 28 Mei 2018, pukul 10:00

menuntun manusia supaya tidak tersesat kepada syirik atau mengarah kepada kekufuran. Tujuan dari ziarah kubur adalah sebagai berikut:

- 1) Islam mensyariatkan ziarah kubur untuk mengambil pelajaran dan mengingatkan akan kehidupan akhirat dengan syarat tidak melakukan perbuatan yang membuat Allah murka, seperti meminta restu dan do'a dari orang yang meninggal.
- 2) Mengambil manfaat dengan mengingat kematian orang-orang yang sudah wafat dijadikannya pelajaran bagi orang yang hidup bahwa kita juga akan mengalami seperti yang mereka alami yaitu kematian.
- 3) Orang yang meninggal diziarahi agar memperoleh manfaat dengan ucapan do'a dan salam oleh para peziarah tersebut dan mendapatkan ampunan.¹⁷

Selain tujuan wisata religi yang pada dasarnya adalah untuk mengingat pada Sang Pencipta, ada tujuan lain yang bisa didapat melalui kegiatan tersebut, yaitu adalah mencapai tujuan kesejahteraan masyarakat. Tujuan peningkatan pendapatan masyarakat melalui pariwisata perlu dimaksimalkan mengingat masyarakat saat ini mencari alternatif untuk meningkatkan kesejahteraan mereka, terutama para pedagang baik jasa maupun produk yang melakukan aktifitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui kegiatan perdagangan tersebut. Karena dengan adanya kegiatan pariwisata diharapkan tujuan pariwisata yaitu untuk dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan rakyat dapat tercapai dengan baik.¹⁸

c. Fungsi Wisata Religi

Wisata religi dilakukan dalam rangka mengambil ibrah atau pelajaran dan ciptaan Allah atau sejarah peradaban manusia untuk

¹⁷Ruslan, Arifin, *Op. Cit.*, hlm. 10

¹⁸<https://www.scribd.com>, diakses tanggal 28 Mei 2018, pukul 09:30

membuka hati sehingga menumbuhkan kesadaran bahwa hidup di dunia ini tidak kekal. Wisata pada hakikatnya adalah perjalanan untuk menyaksikan tanda-tanda kekuasaan Allah, implementasinya dalam wisata kaitannya dengan proses dakwah dengan menanamkan kepercayaan akan adanya tanda-tanda kebesaran Allah SWT sebagai bukti ditunjukkan berupa ayat-ayat dalam Al-Qur'an.¹⁹

Fungsi lain yang didapat dari adanya kegiatan wisata religi adalah sebagai agen pendorong ekonomi masyarakat, karena banyak Negara yang bergantung pada industri pariwisata ini sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk banyak pihak yang secara langsung atau secara tidak langsung menjual jasa kepada wisatawan. Hal tersebut salah satunya bisa didapat dari kegiatan wisata religi, yang mana dalam pelaksanaannya dengan adanya wisatawan yang datang berkunjung akan berakibat pada adanya aktifitas ekonomi. Yaitu melalui pengeluaran wisatawan terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan di lokasi wisata tersebut.²⁰

d. Bentuk-bentuk Wisata Religi

Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus, seperti:

- 1) Masjid sebagai tempat pusat keagamaan dimana masjid digunakan untuk beribadah sholat, i'tikaf, adzan dan iqomah.
- 2) Makam dalam tradisi Jawa, tempat yang mengandung kesakralan. Makam dalam bahasa Jawa merupakan penyebutan yang lebih tinggi (hormat) pesarean, sebuah kata benda yang berasal dan sare (tidur). Dalam pandangan tradisional, makam merupakan tempat peristirahatan.²¹

¹⁹Agus Suryono, *Paket Wisata Ziarah Umat Islam*, Kerjasama Dinas Pariwisata Jawa Tengah dan Stiepari Semarang, Semarang, 2004, hlm. 7

²⁰<http://kaktusultrasi.blogspot.com> diakses tanggal 28 Mei 2018, pukul 08:00

²¹*Ibid.*, hlm. 7

3. Definisi Pendapatan

Pendapatan digunakan untuk mengukur standar hidup manusia secara umum, khususnya kondisi ekonomi seseorang atau rumah tangga. Pendapatan dihitung dalam rupiah yang didapat perbulannya. Secara sederhana, pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan atau tahunan.²²

Salah satu pendorong seseorang mencari atau menciptakan pekerjaan adalah untuk memperoleh pendapatan guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Seseorang individu dapat memperoleh pendapatan dengan jalan bekerja maupun dari harta benda miliknya, misalnya tanah, mesin-mesin, rumah, atau lazimnya disebut barang-barang modal, sehingga dapat dikatakan bahwa mencapai pendapatan identik dengan menjual jasa-jasa atau barang yang mencakup didalamnya.²³

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut menitik beratkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi.²⁴

Beberapa klasifikasi pendapatan antara lain:

- a. Pendapatan pribadi yaitu semua jenis pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima penduduk suatu Negara.
- b. Pendapatan disposibel yaitu pendapatan pribadi dikurangi pajak yang harus dibayarkan oleh para penerima pendapatan, sisa pendapatan yang siap dibelanjakan inilah yang dinamakan pendapatan disposibel.

²²Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2000, hlm. 47

²³ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*, AMP Y KPN, Yogyakarta, 1997, hlm 37

²⁴ Sofyan Safri Harahap, *Teori Akuntansi*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 1993, hlm. 31

- c. Pendapatan nasional yaitu nilai seluruh barang-barang jadi dan jasa-jasa yang diproduksi oleh suatu Negara dalam satu tahun.²⁵

Sebagaimana diketahui bahwa pembangunan yang sedang giat-giatnya dilaksanakan oleh Negara-negara yang sedang berkembang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan riil per kapita, pendapatan ini pada umumnya masih rendah. Gejala umum yang sering terjadi dalam proses pembangunan di Negara-negara berkembang adalah hasrat konsumsi dari masyarakat yang tinggi sebagai akibat dari kenaikan pendapatan.²⁶

Pendapatan perkapita dapat diartikan pula sebagai penerimaan yang diperoleh rumah tangga yang dapat mereka belanjakan untuk konsumsi yaitu yang dikeluarkan untuk pembelian barang konsumtif dan jasa-jasa, yang dibutuhkan rumah tangga bagi pemenuhan kebutuhan mereka. Dalam hal ini pendapatan per kapita determinan potensi ekonomi yang penting selain luas Negara serta penduduk suatu Negara.

Rendahnya pertumbuhan pendapatan per kapita disuatu Negara berarti juga mencerminkan rendahnya pertumbuhan Gross National Product (GNP) dan ini terjadi pada Negara-negara yang sedang berkembang. Usaha-usaha untuk meningkatkan pendapatan perkapita masyarakat, yaitu dengan cara menyediakan lapangan pekerjaan yang memadai, menggalakkan program kerja berencana dan yang terakhir transfer pemerintah kepada golongan-golongan masyarakat yang berpendapatan rendah. Dengan menggunakan pajak yang efektif untuk membiayai transfer tersebut sekaligus untuk mengurangi perbedaan kemakmuran antar anggota masyarakat.²⁷

4. Pendapatan dalam Islam

Metode pendapatan memandang nilai output perekonomian sebagai nilai total balas jasa atas faktor produksi yang digunakan dalam proses

²⁵ *Ibid*, hlm. 15

²⁶ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, Rajawali Pers, Jakarta, 1996, hlm. 2

²⁷ Boediono, *Seri Sinopsis Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*, BPFE, Yogyakarta, 2012, hlm. 170-171

produksi.²⁸ Pendapatan digunakan untuk mengukur standar hidup manusia secara umum, khususnya kondisi ekonomi seseorang atau rumah tangga. Sukirno sebelumnya mengatakan, bahwa pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan atau tahunan. Dalam usaha perdagangan, modal merupakan faktor produksi yang sangat penting sebab tanpa modal yang memadai, suatu usaha tidak dapat beroperasi. Jadi manusia harus berusaha mencari pekerjaan untuk mendapatkan pendapatan. Seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Baqoroh ayat 29:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ
فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

Artinya: “Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu.”

Melihat ayat diatas, Allah telah memberikan berbagai bentuk rizki di Bumi, supaya manusia dapat menggunakannya dengan baik. Manusia dapat memenuhi semua kebutuhannya yaitu untuk memperoleh pendapatan dan kenyataan jaminan standar kehidupan yang manusiawi dan terhormat. Dengan adanya pendapatan yang dimiliki manusia akan memberikan kemudahan bagi dirinya untuk memenuhi kebutuhannya serta dapat menjunjung tinggi derajatnya.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

1. Pantai Lampuuk Dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Masyarakat. Oleh Anisah, et.al., Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kegiatan wisata yang berlangsung di Pantai Lampuuk memberikan dampak terhadap

²⁸Anita Rahmawati, *Ekonomi Makro Islam*, STAIN KUDUS, Kudus, 2009, hlm. 50

kesejahteraan pelaku usaha yang semakin membaik, baik diukur dari tingkat pendapatan, pendidikan, dan kesehatan. Pendapatan pelaku usaha di kawasan wisata Pantai Lampuk mengalami peningkatan setelah terlibat dalam kegiatan wisata. Sehingga dengan adanya peningkatan pada pendapatan mempengaruhi terhadap perilaku konsumsi responden, baik konsumsi pangan maupun non pangan. Peningkatan pendapatan juga mempengaruhi terhadap pendidikan anggota keluarga responden meliputi peningkatan pada biaya pengeluaran untuk uang saku sekolah anak dan peningkatan jumlah responden yang memberikan kegiatan tambahan belajar diluar jam sekolah (kursus) untuk anggota keluarganya. Tidak hanya itu, peningkatan pendapatan diduga juga dapat mempengaruhi terhadap akses kesehatan responden yang meliputi kecukupan terhadap pemenuhan bahan makanan sehari-hari dan sumber perolehan air bersih yang memadai serta akses terhadap pelayanan pengobatan antar responden yang berbeda. Sebagian besar responden memilih pelayanan pengobatan di puskesmas, akan tetapi kebanyakan responden yang memiliki pendapatan yang tinggi lebih memilih pengobatan ke dokter dengan alasan ingin mendapatkan pelayanan kesehatan yang lebih baik.²⁹

2. Analisis Dampak Wisata Kampung Pelangi Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Sekitar (Pedagang) di Kelurahan Kemuning Kecamatan Banjarbaru Selatan. Oleh Puji Hastuti et.al., Mahasiswa Universitas Achmad Yani Banjarmasin

Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara umum kegiatan wisatawan mampu memberikan dampak sebesar 30,57 %, nilai tersebut mampu memberikan peningkatan ekonomi pendapatan bagi masyarakat khususnya pedagang yang ada di sekitar objek wisata tersebut. Dan secara Rasio dampak langsung yang dirasakan oleh masyarakat lokal dari pengeluaran pengunjung atau wisatawan adalah 3,22 %. Dengan demikian semakin banyak wisatawan yang datang berkunjung maka akan lebih besar

²⁹Anisah, et.al., “ *Pantai Lampuuk dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Masyarakat*”, Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, Vol. 2, No. 2, ISSN. 2442-7411, 2015, hlm 69-82

memberikan dampak secara langsung terhadap ekonomi masyarakat sekitar.³⁰

3. Analisis Dampak Pengembangan Wisata Religi Makam Sunan Maulana Malik Ibrahim Dalam Kehidupan Sosial Dan Ekonomi Masyarakat Sekitar. Oleh Muhammad Fahrizal Anwar, et.al., Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dampak dari pengembangan wisata religi Makam Sunan Maulana Malik Ibrahim yaitu pada aspek pengembangan Obyek Daya Tarik adanya pemugaran gapura, bagian sarana dan prasarana berupa pembangunan aula, pihak yayasan Makam Maulana Malik Ibrahim bekerja sama dengan pihak biro perjalanan, dan sumber daya manusia bekerja dengan penerapan SOP. Aspek sosial berupa transformasi norma, mata pencaharian, dan dampak lingkungan. Aspek ekonomi yaitu, terjadi penyerapan tenaga kerja, mendorong aktivitas berwirausaha, dan meningkatkan pendapatan.³¹

4. Dampak Pariwisata Terhadap Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Pelaku Usaha Di Kawasan Wisata Pantai Natsepa, Pulau Ambon. Oleh Lilian Sarah Hiariey, et.al., Mahasiswa Universitas Terbuka

Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi pendapatan kelompok rumah tangga yaitu jumlah anggota keluarga, tingkat pengeluaran, dan curahan waktu kerja. Berdasarkan tingkat kesejahteraan sebagian besar rumah tangga yang memanfaatkan jasa objek wisata pantai Natsepa mempunyai tingkat kesejahteraan sedang yaitu persentase sebesar 75%, kemudian tingkat kesejahteraan tinggi dengan

³⁰Puji Hastuti, et.al., “*Analisis Dampak Wisata Kampung Pelangi Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Sekitar (Pedagang) di Kelurahan Kemuning Kecamatan BanjarbaruSelatan*”, Jurnal Ekonomi Bisnis, Jilid 4, No. 1, ISSN Online 2615-2134, 2018, hlm. 30-35

³¹Muhammad Fahrizal Anwar, et.al., “*Analisis Dampak Pengembangan Wisata Religi Makam Sunan Maulana Malik Ibrahim dalam Kehidupan Sosial dan Ekonomi Masyarakat Sekitar*”, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 44, No. 1, 2017, hlm. 186-193

persentase sebesar 22% dan yang terkecil yaitu tingkat kesejahteraan rendah dengan persentase sebesar 3%.³²

5. Dampak Ekonomi Pengembangan Kawasan Ekowisata Kepulauan Seribu. Oleh Hanny Aryunda, Mahasiswa Institut Teknologi Bandung

Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara umum ekowisata yang terjadi di Kepulauan Seribu menyebabkan dampak ekonomi yang positif bagi pengembangannya. Pernyataan masyarakat mengindikasikan terjadinya peningkatan dari segi pendapatan dan/atau usaha yang berkaitan dengan kegiatan ekowisata di Kepulauan Seribu. Selain itu, kegiatan ekowisata menyediakan lapangan pekerjaan yang cukup besar bagi masyarakat lokal maupun masyarakat di luar wilayah Kepulauan Seribu. Peningkatan pendapatan juga terjadi pada penerimaan daerah, terutama dari sektor perdagangan, hotel dan restoran. Perlu adanya pembenahan terhadap objek ekowisata dan pelatihan terhadap masyarakat lokal mengenai ekowisata yang berlangsung di daerahnya untuk meningkatkan minat dan daya tarik wisatawan untuk meningkatkan ekonomi lokal wilayah Kepulauan Seribu.³³

³²Lilian Sarah Hiariey, et.al., “ *Dampak Pariwisata Terhadap Pendapatan dan Tingkat Kesejahteraan Pelaku Usaha di Kawasan Wisata Pantai Natsepa Pulau Ambon*”, Jurnal Organisasi dan Manajemen, Vol. 9, No. 1, 2013, hlm. 87-105

³³Hanny Aryunda, “ *Dampak Ekonomi Pengembangan Kawasan Ekowisata Kepulauan Seribu*”, Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota, Vol. 22, No. 1, 2011, hlm. 1-16

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan secara ringkas pada bagian terdahulu, berikut disajikan kerangka pemikiran penelitian :

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

