

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pengertian Edukasi**

Pengertian edukasi menurut kamus besar Bahasa Inggris disebut *education* yang artinya pendidikan. Edukasi adalah salah satu proses belajar yang memiliki tujuan sebagai pengembang potensi diri pada murid dan proses belajar yang baik.<sup>1</sup>

Edukasi merupakan proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, nilai, sikap, dan kebiasaan individu. Proses ini terjadi baik di dalam maupun di luar lingkungan formal seperti sekolah, perguruan tinggi, dan tempat kerja, serta melalui pengalaman hidup sehari-hari. Edukasi mencakup berbagai metode seperti pengajaran, pelatihan, penelitian, dan diskusi yang dirancang untuk meningkatkan kapasitas intelektual, sosial, emosional, dan moral seseorang. Tujuan edukasi adalah untuk pengembangan pengetahuan dan keterampilan, pembentukan karakter, dan peningkatan kualitas hidup.

#### **B. Pengertian Pariwisata**

Secara etimologis pariwisata terdiri dari kata wisata yang berarti perjalanan (*traveling*); kata wisatawan yaitu orang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan (*travelers*), dan

---

<sup>1</sup> Afista Galih Pradana, 'Rancang Bangun Game Edukasi "AMUDRA" Alat Musik Daerah Berbasis Android', in *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi (SENATIK)*, 2019, II, 49–53 (p. 49).

kepariwisataan yaitu hal, kegiatan atau segala sesuatu yang berhubungan dengan pariwisata. Sifat kegiatan pariwisata adalah social, ekonomi,, kebudayaan yang timbul sebagai efek dari perjalanan wisata.<sup>2</sup>

Aspek yang berhubungan dengan pariwisata adalah manusia, tempat/ruang, dan waktu. Manusia adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan dan yang melayani atau menyediakan layanan kebutuhan perjalanan wisata. Tempat atau ruang adalah tempat atau daerah tujuan wisata, Lokasi objek dan daya tarik wisata yang dikunjungi wisatawan. Dan waktu adalah waktu luang (*leisure time*) atau hari-hari libur yang tersedia dan digunakan untuk dan selama perjalanan wisata.

Banyak negara bergantung banyak dari industri pariwisata ini sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Oleh karena itu pengembangan industri pariwisata ini adalah salah satu strategi yang dipakai oleh organisasi non-pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada orang non-lokal.

Pariwisata adalah salah satu sektor yang sangat penting dalam kegiatan ekonomi, salah satunya adalah membuka lapangan pekerjaan serta membangun ekonomi kerakyatan dengan meningkatkan industri-industri kreatif. Pemerintah Kota Bengkulu memiliki peran yang sangat besar dalam

---

<sup>2</sup> R. B. Soemanto, "Pengertian Pariwisata, Sosiologi, Dan Ruang Lingkup Sosiologi Pariwisata," Sosiologi Pariwisata, 2010,(h.3).

mengembangkan objek wisata yang ada di Kota Bengkulu sehingga objek wisata di Kota Bengkulu menjadi tujuan wisata unggulan di Indonesia.<sup>3</sup>

Terdapat 74.093 desa di Indonesia, dan sebanyak 1.073 desa berpotensi untuk Konferensi Nasional Sosiologi IX APSSI 2022 Balikpapan, 1-3 Juni 2022 156 dikembangkan menjadi desa wisata. Pengembangan desa wisata akan mendorong ekonomi produktif yang dikembangkan oleh masyarakat itu sendiri. Pariwisata diyakini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dan dengan demikian secara tidak langsung menjamin keberlanjutan kegiatan pariwisata dalam jangka panjang sebagai bagian dari pengembangan ekonomi lokal dan regional masyarakat kontemporer dan masa depan. Selain itu pariwisata juga dapat menjadi kota desa, mempromosikan transformasi pedesaan dari desa miskin menjadi desa berkembang, dan kemudian menjadi desa mandiri.

Peran pariwisata dalam perekonomian Indonesia sangat penting. Pada tahun 2020, pariwisata menyumbang 9,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan 8,4% terhadap lapangan kerja nasional atau 9,8 juta pekerjaan. Pada tahun 2014, terdapat 9,4 juta wisman (wisman) yang menghasilkan devisa US\$ 11,2 miliar. Pada tahun 2019 terdapat 203 juta perjalanan domestik (wisnus) dengan total pengeluaran Rp. 177,8 triliun

---

<sup>3</sup> Hendra Felani and Teddy Surya Rahmadi, 'Pengembangan Wisata Berbasis Masyarakat Di Lokasi Wisata Pantai Jakat Kota Bengkulu': Jurnal Ilmiah Administrasi Pemerintahan Daerah, 14.1 (2022), 21–35 (h.22).

(Kementerian Pariwisata, 2021). Melalui desa wisata, pariwisata telah terbukti sesuai dengan semangat pariwisata, yaitu sebagai penyerap tenaga kerja pedesaan, penggerak pertumbuhan ekonomi daerah dan sarana pengentasan kemiskinan.

Pada saat ini, pariwisata di Indonesia tengah berkembang dengan pesat, hal ini ditandai dengan Respon wisatawan terhadap minat berkunjung ke objek wisata di berbagai provinsi yang ada di Indonesia, begitu juga di Provinsi Bengkulu. Citra destinasi berkaitan erat dengan sesuatu yang melekat pada suatu produk atau layanan pariwisata dimata wisatawan. Citra terhadap destinasi berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu destinasi. Terkait hal tersebut, Penelitian ini dilakukan pada destinasi wisata daerah di Provinsi Bengkulu dengan mempelajari komponen-komponen yang membangun citra destinasi yaitu citra kognitif (*cognitive image*) dan citra afektif (*affective image*).<sup>4</sup>

### **C. Pengertian Pariwisata Halal (*Halal Tourism*)**

Wisata Syariah merupakan salah satu bentuk wisata berbasis budaya yang mengedepankan nilai-nilai dan norma Syariat Islam sebagai landasan dasarnya. Sebagai konsep baru didalam industri pariwisata tentunya wisata syariah memerlukan pengembangan lebih lanjut serta pemahaman yang lebih komprehensif Terkait

---

<sup>4</sup> Herry Novrianda and Aan Shar, 'Analisi Citra Destinasi Pariwisata Di Provinsi Bengkulu', *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 16.1 (2022), 299–306 (h.300).

kolaborasi nilai-nilai keIslaman yang disematkan didalam kegiatan pariwisata.<sup>5</sup>

Wisatawan Muslim merupakan jumlah wisatawan terbesar di Indonesia yang notabene merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, konsep wisata Syariah merupakan jawaban akan besarnya untapped market yang belum tersentuh dengan maksimal. Dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia maka Indonesia merupakan pasar industri wisata Syariah terbesar di dunia dan sudah seharusnya hal ini disadari oleh pelaku bisnis pariwisata di Indonesia hal ini dikarenakan pengembangan wisata Syariah yang berkelanjutan akan dapat memberikan kontribusi ekonomi yang cukup signifikan bagi seluruh pelaku yang terlibat didalamnya.

Wisata halal merupakan salah satu sektor pariwisata yang telah memiliki perkembangan yang cukup baik saat ini dan telah menjadi trend bagi para wisatawan. Banyak wisatawan dalam negeri dan luar negeri yang tertarik pada wisata halal seperti penginapan atau hotel Syariah, kuliner halal ataupun tempat-tempat (*destination*) Islam. Hasil analisis data menunjukkan bahwa saat ini di tahun 2019 wisatawan muslim mencapai 4.5 juta dengan tingkat kerjasama sebanyak 16 dengan. Indonesia juga berada pada rangking pertama sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia di tahun 2019 versi *Global Muslim Travel Index (GMTI)* mengungguli 130 destinasi dari seluruh dunia

---

<sup>5</sup> Kurniawan Gilang Widagyo, 'Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia', *The Journal of Tauhidinomics*, 1.1 (2018), 73–80 (h. 78).

(Kemenpar, 2019). Indonesia sendiri telah masuk pada top 10 tahun 2019 dari negara-negara tujuan wisata.<sup>6</sup>

Wisata halal sebagai nilai mengacu pada praktik bepergian sesuai dengan prinsip syariah. Umat Islam ketika bepergian, tidak boleh meninggalkan prinsip-prinsip syariah, seperti sholat, tidak mengonsumsi daging babi dan minum alkohol, tidak menikmati hiburan malam dll. Di era globalisasi ekonomi, negara bersaing dengan negara lain dalam rangka untuk mendapatkan manfaat dari liberalisasi kegiatan ekonomi. Pembukaan pasar di banyak negara telah memberi peluang bagi negara bagian untuk mengembangkan produk dan layanan untuk melayani konsumen global. Untuk memenangkan persaingan sejumlah strategi yang digunakan oleh negara-negara, antara lain melalui "*nation branding*".

#### **D. Konsep Pengembangan Halal Tourism**

Wisata halal memiliki beberapa istilah populer lain seperti *Islamic Tourism* maupun *Halal Tourism*. Tren wisata halal saat ini telah menjadi fenomena yang meluas dalam sektor pariwisata dan telah terlebih dahulu diterapkan di negara-negara lain seperti Thailand dan Malaysia. Malaysia sendiri mulai menegembangkan wisata halal sejak tahun 2009. Sementara Thailand yang merupakan negara dengan minoritas muslim telah

---

<sup>6</sup> Elpa Hermawan, 'Strategi Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Meningkatkan Branding Wisata Halal', *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 7.2 (2019), 87–95 (h. 88).

mengembangkan pariwisata halal mulai pada tahun 2005 dengan fokus utama pada sektor hotel dan kuliner.<sup>7</sup>

Istilah Halal *Tourism* atau dikenal dengan pariwisata halal pada mulanya lebih kepada perjalanan atau kegiatan yang dilakukan dengan dasar untuk menumbuhkan nilai religi atau motivasi terhadap penghargaan semesta dengan mendatangi berbagai tempat yang bernilai ibadah seperti pemakaman hingga tempat yang mengandung nilai-nilai sejarah ataupun agama yang dianut. Namun dalam perkembangannya wisata halal tidak hanya diperuntukkan bagi agama dan tempat tertentu. Namun, wisata halal diartikan secara lebih *universal* serta memberikan kemanfaatan pada masyarakat, seperti edukasi hingga dengan tidak meninggalkan persepsi publik wisata halal telah mencakup berbagai sektor baik budaya, alam hingga wisata buatan yang dikaitkan dalam ajaran syariat. Beberapa hal yang membedakan pariwisata halal dengan konsep pariwisata religi dan konvensional terletak pada unsur dan nilai-nilai yang termuat di dalamnya. Pariwisata halal dilakukan dengan motivasi untuk meningkatkan jiwa religius dalam jiwa manusia dengan cara mengagumi dan menjaga ciptaan Allah SWT. Selain itu, pariwisata halal juga menyediakan berbagai fasilitas yang mendukung dan menunjang kegiatan beribadah dalam islam.

---

<sup>7</sup> Andi Zulfikar Darussalam and others, 'Pengembangan Manajemen Pariwisata Halal Berbasis Kearifan Lokal Sipakatau', Sipakainge', Sipakalebbi'', Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7.1 (2021), 96–105,(h.98)

Pariwisata syariah merupakan perjalanan wisata yang prosesnya sejalan dengan nilai-nilai Islam. Baik dimulai dari niatnya semata-mata untuk ibadah dan mengagumi ciptaan Allah, selama dalam perjalanannya dapat melakukan ibadah dengan lancar dan setelah sampai tujuan wisata, tidak mengarah ke hal-hal yang bertentangan dengan syariah. Memasukkan unsur pengaplikasian nilai budaya lokal yang ada merupakan nilai tambah dalam pengembangan konsep Halal *Tourism* itu sendiri.

#### **E. Desa Wisata**

Desa wisata merupakan salah satu atraksi wisata yang dapat dikembangkan serta memberikan kontribusi yang positif bagi masyarakat. Dalam membangun desa wisata hal yang penting ialah sebuah komitmen antara pemerintah serta aparat desa, tokoh masyarakat dan organisasi desa untuk menjadikan desa sebagai desa wisata.<sup>8</sup>

Adapun unsur-unsur desa wisata tersebut meliputi:<sup>9</sup>

1. Memiliki potensi wisata, seni, dan budaya khas daerah setempat
2. Terjaminnya keamanan, ketertiban, dan kebersihan
3. Aksesibilitas dan infrastruktur pendukung

---

<sup>8</sup> Budhi Pamungkas Gautama and others, 'Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat', *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.4 (2020), pp. 355–69, doi:10.31949/jb.v1i4.414.355 )

<sup>9</sup> I Gede Adiputra and Deo Nandi Marshall, 'Pengembangan Desa Wisata Di Desa Cihanjuang Rahayu Menjuju Pariwisata Kerakyatan Berkelanjutan Di Kabupaten Bandung Barat', Universitas Tarumanegara Tahun 2024 (SERINA IV UNTAR 2022), 2022, 1221–1226 (h.1225).

4. Lokasi desa masuk dalam lingkup daerah pengembangan pariwisata atau rute paket wisata
5. Diutamakan telah tersedia tenaga pengelola, pelatih, pelaku-pelaku pariwisata, seni, dan budaya.

Keberlanjutan suatu daya tarik wisata desa adalah segala upaya untuk mempertahankan integritas dan diversifikasi ekologis, dan dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup manusia, terbukanya pilihan untuk berkembang bagi para generasi muda, menumbuhkan keadilan, dan peningkatan kemandirian dalam penentuan nasib sendiri bagi masyarakat desa.

Berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya Kawasan wisata sangat tergantung pada 3 A yaitu atraksi (*attraction*), mudah dicapai (*accessibility*), dan fasilitas (*amenitas*). Sebagai pembangunan dan pengembanaan wisata suatu daerah atau obyek wisata memiliki daya tarik bagi pengunjung anantara lain harus memperhatikan faktor 3 A pariwisata.<sup>10</sup>

#### 1. Atraksi

Adalah sesuatu yang menjadi daya tarik dan dapat membuat wisatawan terkesan yang berupa rasa puas, rasa nyaman, dan rasa nikmat pada wisatawan yang melihat atau melaksanakannya. Dalam hal ini dapat berupa daya tarik alam, budaya, dan daya tarik buatan manusia.

---

<sup>10</sup> Noni Ahvalun Nisvi, 'Analisis Konsep 3a (Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas) Dalam Pengembangan Wisata Religi Makam Ki Ageng Tarub Desa Tarub Kecamatan Tawangharjo Kabupaten Grobogan', (Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021) h.24.

## 2. Amenitas

Amenitas merupakan fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan di destinasi wisata.

Amenitas atau sarana adalah elemen dalam suatu destinasi yang memungkinkan wisatawan tinggal di destinasi tersebut untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan. Amenitas/sarana wisata merupakan semua bentuk fasilitas yang memberikan pelayanan bagi wisatawan. Untuk segala kebutuhan wisata selama tinggal di daerah tujuan wisata. Fungsi amenities adalah memenuhi kebutuhan wisatawan selama tinggal untuk sementara waktu di daerah wisata yang dikunjungi salah satu faktor yang dapat mendorong wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata yaitu adanya sarana wisata yang memberikan kemudahan berwisata. Amenitas meliputi beragam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan, tempat perbelanjaan, dan layanan lainnya seperti bank, rumah sakit, keamanan dan asuransi.

## 3. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan kemudahan untuk mencapai suatu tujuan, yang menyangkut kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Hal ini menjadi penting diperhatikan karena semakin tinggi aksesibilitas semakin mudah untuk dijangkau dan semakin tinggi Tingkat kenyamanan wisatawan untuk datang berkunjung. Menurut Sugiama, aksesibilitas adalah tingkat

intensitas suatu daerah tujuan wisata atau destinasi dapat dijangkau oleh wisatawan. Fasilitas dalam aksesibilitas seperti jalan raya, rel kereta api, jalan tol, terminal, stasiun kereta api, dan kendaraan roda empat. Aksesibilitas baik dari perspektif keberadaan secara alamiah maupun strategi pengembangan memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung kesuksesan pembangunan sektor pariwisata. Kebutuhan lainnya berkaitan dengan manajemen dan pemetaan akses adalah memberikan layanan maksimal melalui rekayasa jarak yang memungkinkan wisatawan lebih lama berada di lokasi wisata dan mampu mendapatkan pengalaman baru.

Dalam membangun desa wisata, terdapat 3 komponen yang perlu diperhatikan, diantaranya sebagai berikut: <sup>11</sup>

#### 1. Kondisi Desa

Untuk mengetahui potensi wisata, pihak desa perlu memiliki basis data yang jelas mengenai kondisi desa dan bagaimana ekosistem yang dapat mendukung lokasi wisata nantinya.

#### 2. Keadaan masyarakat dan struktur organisasi

Dalam pengembangannya, desa wisata diharapkan dapat dikelola oleh masyarakat desa itu sendiri. Penyusunan organisasi untuk mengelola desa wisata dan kesiapan

---

<sup>11</sup> Fitria Agustina Budiono Putri, 'Desa Wisata : Sebuah Wadah Pengembangan Wilayah Dan Pemberdayaan Masyarakat', Masterplandes.Com <<https://www.masterplandes.com/wisata/desa-wisata-sebuah-wadah-pengembangan-wilayah-dan-pemberdayaan-masyarakat/>>[Diakses,10 Agustus 2024].

masyarakat dalam mengelola desa sangat diperlukan agar desa wisata dapat berkembang dengan optimal

### 3. Konsep desa wisata yang unik

Konsep desa wisata yang unik akan memberikan penilaian yang berbeda dibandingkan dengan daerah lain.

Manfaat pengembangan desa wisata dari berbagai aspek antara lain;<sup>12</sup>

#### 1. Aspek Alam

- a. Mengurangi alih fungsi lahan
- b. Terjaganya kawasan konservasi
- c. Terjaganya sumber-sumber air
- d. Kepedulian terhadap alam meningkat
- e. Terjaganya kualitas lingkungan
- f. Mengurangi tingkat pencemaran, dan
- g. Kesadaran masyarakat dalam membuang sampah

#### 2. Aspek Soisal Budaya

- a. Menghormati tradisi dan budaya
- b. Usaha menjaga tradisi dan budaya
- c. Pengenalan tradisi dan budaya
- d. Aktivitas pelaku tradisi dan budaya
- e. Regenerasi pelaku tradisi dan budaya
- f. Pementasan tradisi dan budaya, dan

---

<sup>12</sup> Agus Muriawan Putra and I Nyoman Jamin Ariana, 'Manfaat Pengembangan Desa Wisata Dari Aspek Alam, Sosial Budaya, Spiritual, Dan Ekonomi Di Kabupaten Tabanan', *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 5.2 (2021), pp. 209–21, doi:10.24843/jkh.2021.v05.i02.p13.

- g. Kekeluargaan dan kegotong-royongan meningkat.
3. Aspek Terhadap Spiritual
- a. Kelestarian tempat suci
  - b. Perawatan tempat suci
  - c. Diperkuatnya aturan tempat suci
  - d. Keberadaan mitos terjaga
  - e. Upacara digelar secara rutin, dan
  - f. Keyakinan beragama meningkat
4. Aspek Ekonomi
- a. Lapangan kerja terbuka
  - b. Mata pencaharian terjaga
  - c. Kewirausahaan meningkat
  - d. Pendapatan masyarakat meningkat
  - e. Tumbuhnya UMKM
  - f. *Branding* produk meningkat, dan
  - g. Kemiskinan menurun

Daya tarik desa wisata pasti akan menarik wisatawan untuk mengunjungi desa tersebut. Hal tersebut harus beriringan dengan upaya pengembangan desa wisata sebagai langkah agar desa wisata semakin digemari, menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI (2021), terdapat 4 tahapan dalam pengembangan desa wisata.<sup>13</sup>

#### 1. Tahapan Rintisan

---

<sup>13</sup> Syaiful Jarungjung Hutagaol, Nur Subiantoro, Muhammad Razali, Dewi Robiyanti and Mahyudin Situmeang Khoiri Harahap, 'Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Tourism Area Development Strategy', 3.2, pp. 86–95.(h. 92)

Pada tahap ini, desa memiliki potensi yang besar namun belum ada kunjungan wisatawan.

Selain itu, sarana dan prasarananya masih sangat terbatas serta tingkat kesadaran masyarakat belum tumbuh, Desa Wisata ini perlu “dikembangkan” dari awal

## 2. Tahap Berkembang

Pada tahap ini, potensi desa mulai dilirik oleh wisatawan dan destinasi bisa dikembangkan lebih jauh. Beberapa desa wisata di Indonesia biasanya sudah dikunjungi wisatawan tetapi belum dikelola dengan baik karena belum ada kesadaran kelompok.

## 3. Tahap Maju

Pada tahap ini masyarakat sudah mulai sadar wisata, dana desa dipakai untuk mengembangkan potensi pariwisata, memiliki kelompok pengelola, dan wilayahnya sudah dikunjungi banyak wisatawan.

## 4. Tahap Mandiri

Pada tahap ini desa wisata memiliki inovasi pariwisata dari masyarakat, destinasi wisata diakui dunia, sarana dan prasarana memiliki standar, serta pengelolaannya bersifat kolaboratif pentahelix (kolaborasi antara pihak pemerintah, pelaku bisnis pariwisata, komunitas, akademis, dan media)

## **F. Kelompok Sadar Wisata Desa Pengubaian**

Kelompok Sadar Wisata merupakan salah satu komponen dalam masyarakat yang memiliki peran penting dalam pengembangan kepariwisataan di daerahnya. Kelompok sadar wisata salah satu alternatif pengembangan pariwisata terkait kampanye sadar wisata. Pengembangan pariwisata nusantara yang dilakukan kelompok sadar wisata melalui berbagai kegiatan antara lain pembinaan masyarakat melalui kelompok swadaya dan swakarsa masyarakat yang berfungsi sebagai penggerak pembangunan pariwisata. Pokdarwis merupakan salah satu unsur pemangku kepentingan yang berasal dari masyarakat yang tentunya mengoptimalkan mengelola potensi kekayaan alam dan budaya yang dimiliki suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata.<sup>14</sup>

Kelompok sadar wisata merupakan fasilitator dan sebagai pelaku dalam promosi wisata, disebut sebagai fasilitator dikarenakan banyak pokdarwis yang bisa melakukan pengajuan fasilitas-fasilitas penunjang kepala Dinas Pariwisata. Berdasarkan Undang-undang No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata juga menjelaskan bahwa Kelompok Sadar Wisata diartikan sebagai kelompok yang tumbuh atas inisiatif dan kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi aktif memelihara dan melestarikan berbagai

---

<sup>14</sup> Ingg Purwanti, 'Strategi Kelompok Sadar Wisata Dalam Penguatan Desa Wisata', *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8.3 (2019), pp. 101–7.

obyek wisata dan daya tarik wisata dalam rangka meningkatkan pembangunan pariwisata di daerah tempat tinggalnya.

Pokdarwis pada hakikatnya bertanggungjawab dalam pelaksanaan semua kegiatan kepariwisataan yang sesuai dengan potensi dan karakteristik daerahnya masing-masing. Namun semua program kegiatan tersebut diarahkan untuk :<sup>15</sup>

1. Peningkatan wawasan dan pengetahuan para pengurus pokdarwis
2. Peningkatan kemampuan dan keterampilan para anggota pokdarwis dalam pengelolaan sektor pariwisata
3. Memotivasi masyarakat agar menjadi tuan rumah yang baik bagi para pengunjung
4. Melakukan pengumpulan dan pengolahan serta memberikan pelayanan informasi terkait kepariwisataan terhadap para wisatawan dan masyarakat setempat
5. Mendorong masyarakat untuk melakukan peningkatan terhadap daya tarik pariwisata setempat
6. Memberikan masukan kepada aparat pemerintah yang memiliki kewenangan dalam bidang kepariwisataan

Peranan pokdarwis pada pengembangan pariwisata terbagi kedalam 3 bentuk partisipasi masyarakat diantaranya :

1. Perencanaan (*idea planning stage*). Pada tahap ini peranan pokdarwis adalah sebagai pihak yang terlibat dalam penyusunan rencana atau strategi dalam kepanitiaan maupun anggaran suatu perencanaan.

---

<sup>15</sup> Isna Salsabila and Puspitasari Ardiana Yuli, 'Peran Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Dalam Pengembangan Desa Wisata', *Jurnal Kajian Ruang*, 3.2 (2023), pp. 241–64.

2. Pelaksanaan (*implementation stage*). Bentuk partisipasi dalam tahapan ini adalah dengan ikut terlibat dengan memberikan kontribusi tenaga, material berupa uang ataupun barang dalam tahap pelaksanaan suatu perencanaan.
3. Pemanfaatan (*utilization stage*). Bentuk partisipasi dalam tahapan ini adalah ikut terlibat dalam pemanfaatan pasca proyek selesai dikerjakan. Salah satunya adalah dengan turut berkontribusi dalam pemeliharaan sebuah proyek baik dengan tenaga maupun uang.

Tugas pokok dan fungsi Pokdarwis dalam kegiatan kepariwisataan :

1. Sebagai penggerak sadar wisata dan sapta pesona dilingkungan wilayah destinasi wisata
2. Sebagai mitra pemerintah dan pemerintah daerah (kabupaten/kota) dalam upaya perwujudan pembangunan sadar wisata daerah. Bentuk pembinaan Pokdarwis dapat dipilahkan menjadi 2 (dua) model pembinaan, yaitu pembinaan langsung dan pembinaan tidak langsung.
  - a. Pembinaan secara langsung  
Pembinaan yang dilakukan dalam bentuk interaksi dan tatap muka langsung antara unsur Pembina dengan pokdarwis sebagai pihak yang dibina. Bentuk pembinaan langsung dapat dilakukan melalui temu wisaca, jamboree dan lain-lain

b. Pembinaan secara tidak langsung

Pembinaan yang dilakukan oleh unsur pembinaan melalui pemanfaatan media massa (baik media cetak maupun elektronik) maupun media publikasi lainnya.

Untuk membentuk kelompok sadar wisata ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar dalam pembentukan kelompok ini sesuai dengan prosedur yang ada. Walaupun hanya merupakan kelompok yang terdiri dari masyarakat desa, bukan berarti pembentukannya dilakukan begitu saja ada hal-hal yang harus dapat dipenuhi terutama syaratnya sehingga dapat membentuk kelompok Pokdarwis.

Jika syarat-syarat telah terpenuhi maka, pembentukan Pokdarwis dapat dilakukan, untuk melakukannya pun ada caranya. Berikut ini penjelasan mengenai syarat dan cara pembentukan Pokdarwis. Syarat-syarat Pokdarwis yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut :<sup>16</sup>

1. Harus dilandaskan oleh sifat sukarela.
2. Memiliki dedikasi dan komitmen dengan bersungguh-sungguh dalam pengembangan kepariwisataan yang ada di desa.
3. Memiliki dedikasi dan komitmen dengan bersungguh-sungguh dalam pengembangan kepariwisataan yang ada di desa.

---

<sup>16</sup> Khairunnisah Noni Antika, 'Partisipasi Pokdarwis Dalam Pengembangan Wisata Halal Di Desa Sesaot', *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 3.3 (2019), pp. 367–73.

4. Mempunyai mata pencaharian atau pekerjaan yang berkaitan dengan penyediaan barang atau jasa bagi kebutuhan wisatawan, baik langsung maupun tidak langsung.
5. Jumlah anggota kelompok Pokdarwis, minimal 15 orang.

Pokdarwis dengan jumlah anggota yang relative kecil dapat dilengkapi dengan hanya dua seksi atau tanpa seksi-seksi dan tanpa anggaran dasar/anggaran rumah tangga (AD/ART). Jabaran unsur dari masing-masing pengurus pokadrwis tersebut diatas, dapat dilihat dibawah ini :

1. Pembina

Unsur Pembina, dapat dibagi dalam 2 (dua) tingkat yaitu Pembina langsung dan Pembina tidak langsung

- a. Unsur Pembina langsung pokdarwis adalah Pembina tingkat local/daerah yaitu: pemerintah daerah cq. Dinas kabupaten/kota yang membidangi kepariwisataan.
- b. Unsur Pembina tak langsung adalah Pembina ditingkat pusat (yaitu kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif cq. Direktorat jendral pengembangan destinasi pariwisata, direktorat pemembrdayaan masyarakat) dan/atau provinsi (dinas ditingkat provinsi yang mendampingi kepariwisataan).

2. Penasehat

Penasehat dapat dipilih dan ditunjuk dari tokoh masyarakat setempat yang dipandang mampu dan dapat menjadi teladan

### 3. Pimpinan

Unsur pimpinan terdiri dari ketua, wakil ketua, sekretaris, bendahara. Unsur pimpinan pokdarwis diutamakan seorang yang memiliki kesadaran untuk memajukan dan mengembangkan pariwisata didaerahnya, membina masyarakat sadar wisata dan turut melaksanakan sapta pesona dalam kehidupan sehari-hari. Pemimpin dipilih berasal dari anggota itu sendiri atau ditunjuk oleh anggota.

### 4. Sekretariat

Setiap pokdarwis memiliki ruang sekretariat yang berfungsi sebagai kesekretariatan dan tempat pertemuan para anggota.

Sekretariat pokdarwis

mencatat/mendokumentasikan setiap kegiatan organisasinya.

### 5. Anggota

Terdiri dari anggota masyarakat yang berada/tinggal disekitar lokasi daya tarik wisata yang dengan sukarela menyatakan diri sebagai anggota.

### 6. Seksi-seksi

Masing-masing memiliki pokdarwis terdiri dari seorang penanggungjawab/coordinator dengan dibantu oleh beberapa anggota pokdarwis lainnya.

- a. Keamanan dan ketertiban
- b. Kebersihan dan keindahan
- c. Daya tarik wisata dan kenangan

- d. Hubungan masyarakat dan pengembang sumber daya manusia
- e. Pengembangan usaha.

Di Desa Pengubaian Kecamatan Kaur Selatan Kabupaten Kaur telah terbentuk kelompok-kelompok yang berperan aktif dalam pengembangan potensi lokal. Keberadaan kelompok ini menunjukkan adanya kesadaran dan kepedulian yang semakin tinggi dari masyarakat terhadap pentingnya pariwisata sebagai salah satu pilar ekonomi desa. Partisipasi aktif masyarakat tidak hanya terlihat dalam pengelolaan wisata, tetapi juga dalam upaya menjaga lingkungan dan budaya lokal, sehingga menciptakan destinasi yang menarik dan berkelanjutan.

Peningkatan kepedulian masyarakat terhadap pariwisata juga tercermin dari berbagai inisiatif yang dilakukan, seperti pelatihan sadar wisata, pengembangan homestay, serta pembuatan produk kerajinan dan kuliner lokal yang menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan. Masyarakat semakin menyadari bahwa pariwisata bukan hanya tentang kunjungan wisatawan, tetapi juga tentang pelestarian budaya, lingkungan, dan peningkatan ekonomi secara berkelanjutan.

Kesadaran ini juga mendorong masyarakat untuk lebih menjaga kebersihan, keramahan, serta kearifan lokal yang menjadi nilai jual utama desa ini. Partisipasi yang aktif dan kesadaran yang tumbuh ini menjadi pondasi penting dalam menciptakan destinasi wisata yang berkelanjutan dan

memberikan manfaat jangka panjang bagi seluruh lapisan masyarakat Desa Pengubaian.

## G. Wisatawan

Seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata disebut dengan wisatawan (*tourist*), jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi. Apabila mereka tinggal di daerah atau negara yang dikunjungi dengan waktu kurang dari 24 jam maka mereka disebut pelancong (*excursionist*).<sup>17</sup>

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia no 9 tentang kepariwisataan, Bab I

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Berdasarkan sifat perjalanan, lokasi dimana perjalanan dilakukan wisatawan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:
  - a. *Foreign Tourist* (Wisatawan asing). Orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana ia biasanya tinggal. Wisatawan asing disebut juga wisatawan mancanegara atau disingkat wisman

---

<sup>17</sup> DR. Diane Tangian, S.H., M.Si and Hendry M.E Kumaat, S.E., M.Si, *Buku Ajar Pengantar Pariwisata*, ed. by Tim Pengusul, *Buku Program Studi DIII Perhotelan Politeknik Negeri Manado* (Politeknik Negeri Manado, 2020), p. 33 <[https://repository.polimdo.ac.id/2848/1/Buku\\_Ajar\\_Pengantar\\_Pariwisata.pdf](https://repository.polimdo.ac.id/2848/1/Buku_Ajar_Pengantar_Pariwisata.pdf)>.

- b. *Domestic Foreign Tourist*. Orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal di suatu negara karena tugas, dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negara dimana ia tinggal. Misalnya, staf kedutaan Belanda yang mendapat cuti tahunan, tetapi ia tidak pulang ke Belanda, tetapi melakukan perjalanan wisata di Indonesia (tempat ia bertugas)
- c. *Domestic Tourist* (Wisatawan Nusantara). Seorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya. Misalnya warga negara Indonesia yang melakukan perjalanan ke Bali atau Ke Danau Toba. Wisatawan ini disingkat wisnus.
- d. *Indigenous Foreign Tourist*. Warga negara suatu negara tertentu, yang karena tugasnya atau jabatannya berada di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri. Misalnya, warga negara Perancis yang bertugas sebagai konsultan perusahaan asing di Indonesia, ketika liburan ia kembali ke Perancis dan melakukan perjalanan wisata di sana. Jenis wisatawan ini merupakan kebalikan dari Domestic Foreign Tourist.
- e. *Transit Tourist*. Wisatawan yang sedang melakukan perjalanan ke suatu Negara tertentu yang terpaksa singgah

pada suatu pelabuhan/airport/stasiun bukan atas kemauanya sendiri.

- f. *Business Tourist*. Orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan bisnis bukan wisata tetapi perjalanan wisata akan dilakukannya setelah tujuan utamanya selesai. Jadi perjalanan wisata merupakan tujuan sekunder, setelah tujuan primer yaitu bisnis selesai dilakukan.

Budaya, sub budaya dan kelas sosial merupakan faktor yang paling banyak mempengaruhi perilaku kunjungan pada wisatawan. Sub budaya terdiri dari kebangsaan, kepercayaan, ras, dan area geografi. Faktor sosial sebagai tambahan dari faktor budaya, faktor sosial terdiri dari referensi keluarga, kelompok, dan aturan sosial dan status berdampak pdan perilaku kunjungan.

Keputusan berkunjung juga dipengaruhi oleh karakteristik personal, yang termasuk dalam kategori ini adlah umur dan daur hidup, perjalanan dan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan gaya hidup dan nilai. Karena bebrapa karakteristik ini memiliki dampak yang langsung dalam perilaku wisatawan, hal ini sangat penting untuk pemasar dalam mendekati wisatwan. Terdapat empat kunci proses psikologi yaitu, motivasi, persepsi, pemebelajaran dan memori yang merupakan hal dasar untuk mempengaruhi anggapan wisatawan.

Berbagai motivasi yang mendorong perjalanan, motivasi dapat dikelompokan menjadi empat kelompok besar yaiyu sebagai berikut:

- a. *Physical or physiological* motivation (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan. Kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai atau sebagainya.
- b. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objekinggalan budaya (bangunan bersejarah)
- c. *Social motivation* atau interpersonal motivation (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestise), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan dan sebagainya.
- d. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang kan bisa lepas dari rutinitas yang menjemukan, dan egoenhancement yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai status dan prestige motivation.

Motivasi perjalanan seseorang dipengaruhi oleh faktor internal wisatawan itu sendiri dan faktor eksternal. Secara intrinsik, motivasi terbentuk karena adanya kebutuhan dan/atau keinginan manusia itu sendiri, sesuai dengan teori hirarki kebutuhan Maslow. Kebutuhan tersebut dimulai dari kebutuhan prestise dan kebutuhan akan aktualisasi diri.

Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang terbentuknya dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti norma sosial, pengaruh atau tekanan keluarga dan situasi kerja yang terinternalisasi dan kemudian berkembang menjadi kebutuhan psikologis. Motivasi wisatawan untuk melepaskan diri sejenak dari kegiatan rutin berfungsi untuk melepaskan diri sejenak dari kegiatan rutin untuk mengembalikan harmoni di masyarakat, sehingga pariwisata dapat sebagai salah satu bentuk terapi sosial.

Gambaran mengenai wisatawan biasanya dibedakan berdasarkan karakteristik perjalanannya (*trip descriptor*) dan karakteristik wisatawannya (*tourist descriptor*). *Trip Descriptor*; wisatawan dibagi ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan jenis perjalanan yang dilakukannya. Secara umum jenis perjalanan dibedakan menjadi: perjalanan rekreasi, mengunjungi teman/keluarga, perjalanan bisnis dan kelompok perjalanan lainnya.

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau dapat menggunakan barang dan jasa. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan individu kelompok atau organisasi dalam mendapatkan, menggunakan barang atau jasa yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.

Terdapat beberapa hal yang penting yang dapat diungkapkan dari definisi yang telah dipaparkan, perilaku wisatawan adalah suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap yaitu.<sup>18</sup>

1. Tahap perolehan (*acquisition*), mencari (*searching*) dan membeli (*purchasing*)
2. Tahap konsumsi (*consumption*) yang berupa menggunakan (*using*) dan mengevaluasi (*evaluating*).
3. Tahapan tindakan pasca pembelian (*disposition*) yang berupa tindakan wisatawan.
4. Perilaku wisatawan dalam mempengaruhi unit-unit pengambil keputusan (*decision unit*), wisatawan sendiri membentuk pasar wisatawan (*tourist market*) dan wisatawan organisasional yang membentuk pasar bisnis (*business market*). Adapun konsep *personal tourist* dalam definisi perilaku wisatawan dapat lebih dijelaskan bahwa personal wisatawan merupakan individu yang membeli barang dan jasa untuk dirinya sendiri, memenuhi kebutuhan keluarga dan dijadikan hadiah untuk orang lain sehingga personal wisatawan merupakan pengguna terakhir.

---

<sup>18</sup> Candra Pomantow and others, 'Analisis Perilaku Wisatawan Dalam Memilih Objek Wisata Di Kota Manado': Humanlight Journal of Psychology Desember, 3.2 (2022), 104–106 (h. 105).