

**KAJIAN KOMPONEN PENAWARAN DAN  
PERMINTAAN WISATA SEBAGAI PENUNJANG KEPARIWISATAAN  
BUDAYA KOTA CIREBON**

**TESIS**

**Disusun Dalam Rangka Memenuhi Persyaratan  
Program Studi Magister Teknik Pembangunan Kota**

**Oleh :**

**HENDRO NURSINGGIH  
NIM. L4B 099113**



**PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2001**

**UPT-PUSTAKA-UNDIP**

**KAJIAN KOMPONEN PENAWARAN DAN  
PERMINTAAN WISATA SEBAGAI PENUNJANG KEPARIWISATAAN  
BUDAYA KOTA CIREBON**

Tesis diajukan kepada  
Program Studi Magister Teknik Pembangunan Kota  
Program Pascasarjana Universitas Diponegoro

Oleh :

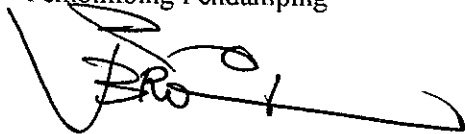
**HENDRO NURSINGGIH**  
NIM. L4B099113

Diajukan pada Sidang Ujian Tesis  
Tanggal 5 Juli 2001

Dinyatakan ~~Lulus/Tidak Lulus~~  
Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Magister Teknik

Semarang, Juli 2001

Pembimbing Pendamping



**PM. Brotosunaryo, SE, MSP**

Pembimbing Utama



**Ir. Nany Yuliasuti, MSP**

Mengetahui  
Ketua Program Studi  
Magister Teknik Pembangunan Kota  
Program Pascasarjana Universitas Diponegoro



**Dr. Ir. Sugiono Sutomo, DEA**

## ABSTRAK

### KAJIAN KOMPONEN PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA SEBAGAI PENUNJANG KEPARIWISATAAN BUDAYA KOTA CIREBON

Kota Cirebon merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang letaknya berada di Pantai Utara pada jalur pertemuan lalu lintas Jawa Barat dan Jawa Tengah, sehingga menjadikan kota tersebut sangat strategis. Ditambah dengan sejumlah obyek wisata yang ada berupa peninggalan bangunan kuno serta didukung oleh ketersediaan fasilitas penunjang yang cukup lengkap, menyebabkan kota Cirebon berpotensi untuk dikembangkan sebagai Kota Wisata. Namun demikian potensi yang dimiliki tersebut tidak seimbang dengan jumlah wisatawan yang datang berkunjung dan malah cenderung menurun. Atas dasar hal tersebut diperlukan upaya dalam mendukung kepariwisataan Kota Cirebon dengan melakukan kajian terhadap komponen penawaran dan permintaan wisata agar dapat diketahui seberapa besar dukungan komponen penawaran dan permintaan wisata terhadap kepariwisataan yang ada.

Terhadap komponen penawaran wisata dilakukan kajian tentang atraksi wisata yang ada di obyek wisata, akomodasi tempat wisatawan menginap, sarana transportasi yang memadai untuk membawa wisatawan ke tempat obyek wisata, infrastruktur berupa prasarana yang memberikan kemudahan serta fasilitas pendukung lainnya yang berada di dalam maupun di luar obyek wisata. Untuk permintaan wisata, kajian dilakukan melalui metode survey kepada wisatawan yang datang ke lokasi obyek wisata, dengan menggali tanggapan dan kesannya terhadap komponen penawaran wisata yang telah tersedia.

Dari kedua kajian permintaan dan penawaran wisata yang dilakukan melalui penelitian deskriptif dengan analisis kualitatif. Dari analisis yang dilakukan dapat diperoleh kesimpulan bahwa komponen penawaran wisata menunjang kepariwisataan budaya kota Cirebon cukup tinggi sedangkan permintaan wisata rendah, sehingga dari keduanya terjadi dis-equilibrium. Analisis lanjutan dilakukan dengan menggunakan matriks BCG yang dikembangkan oleh Boston Consulting Group dengan hasilnya menyatakan bahwa penawaran yang tinggi dan permintaan yang rendah berada pada posisi kuadran Cash Cows yang berarti bahwa komponen penawaran wisata yang terdiri dari 5 unsur yaitu : atraksi, akomodasi, transportasi, infrastruktur dan fasilitas pendukung lainnya sudah mampu menunjang kepariwisataan dan belum perlu untuk dilakukan penambahan jumlah atau kapasitas. Hal ini disebabkan karena faktor permintaan yaitu wisatawan yang cenderung belum memperlihatkan kondisi yang membaik. Oleh karena itu dalam rangka meningkatkan jumlah permintaan wisata diupayakan peningkatan kepariwisataan Kota Cirebon dengan melakukan peningkatan promosi, peningkatan kualitas obyek wisata beserta fasilitas kelengkapannya, melakukan kerja sama dengan pihak swasta pemilik modal dalam rangka mengembangkan kepariwisataan budaya yang sudah ada.

## ABSTRACT

### REVIEW ON TOURISM OFFERINGS AND DEMANDS AS SUPPORTING COMPONENTS FOR TOURISM IN CIREBON

Cirebon is a northern coastal city, in West Java, and located in the intersection of traffic currents between West Java and Central Java that makes it very strategic. With a number of tourism objects (in the form of several ancient buildings) which are supplemented by relatively complete facilities, this city can potentially be developed to become a Tourism City. However, this potential is not in a good balance with the number of tourists who visit this city. This number tends to keep decreasing. For that reason, there should be some efforts for buffering the tourism in Cirebon. One way is by reviewing the tourism components of offerings and demands in order to get some ideas about how much support that can be given by these two components for the exiting tourism.

As for the component of offerings, we reviewed the tourism attractions, which existed in every tourism object such as its facilities of accommodation, transportation, infrastructures and other supporting facilities inside and outside it. As for the component of demands, we made review by interviewing the visiting tourists in order to invoke their reactions to, and impressions about the component of offerings being offered by each of the tourism object.

The data obtained from this review was then analyzed descriptively and qualitatively. From the analyses, it can be concluded that the component of offerings gave relatively good supports to the tourism culture in Cirebon, while the component of demands gave only low supports that these two components were in the state of imbalance. We make further analyses, by using BCG matrix as developed by Boston Consulting Group. The results showed that high offerings and low demands were in the position of Cash Cows quadrant, which meant that component of offerings consisting of 5 elements (attractions, accommodation, transportation, infrastructures and other supporting facilities) has been sufficient in supporting the exiting tourism. There was no need make some addition to his component because the component of demands has not shown an increase. In order to attract more tourists in an increased number, promotion for tourism, the qualities of the tourism objects and their facilities in this city should be increased by working together with some private parties who posses the needed capital for developing the exiting tourism cultures.

## KATA PENGANTAR

Berkat Rahmat Allah SWT serta RidhaNya, perjalanan panjang penulisan tesis ini akhirnya dapat penulis selesaikan. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-2 pada Program Pasca Sarjana Magister Teknik Pembangunan Kota Universitas Diponegoro di Semarang.

Hasil kerja keras ini adalah berkat dukungan, bimbingan dan dorongan yang diberikan oleh berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Untuk itu dengan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Sugiono Sutomo, DEA selaku Ketua Program Magister Teknik Pembangunan Kota Universitas Diponegoro di Semarang.
2. Ibu. Ir. Nany Yuliasuti, MSP selaku Mentor yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dalam penulisan tesis ini.
3. Bapak PM. Brotosunaryo, SE, MSP selaku Co-Mentor yang dengan tulus hati memberikan arahan menuju penyelesaian penulisan tesis ini.
4. Bapak Ir. Ragil Haryanto, MSP dan Bapak Ir. Hadi Wahyono. MA selaku pembahas dan penguji yang telah banyak memberikan masukan, kritikan untuk penyempurnaan penulisan tesis ini.
5. Staf Pengajar Program Magister Teknik Pembangunan Kota Universitas Diponegoro di Semarang yang terlibat langsung maupun yang tidak langsung selama proses ajar-mengajar. Termasuk juga staf administrasi yang banyak membantu selama masa perkuliahan hingga selesai.
6. Bapak Samsul Ma'rif, SP, MSP, yang telah banyak membantu dengan memberikan dorongan semangat serta masukan yang sangat berharga dalam penyusunan tesis ini.

7. Seluruh pimpinan dan staf instansi terkait di Pemerintah Daerah Kota Cirebon atas segala bantuan dan pemberian kemudahan dalam perolehan data.
8. Bapak Ir. Irhamna yang telah memberikan dorongan untuk melanjutkan studi di Universitas Diponegoro Semarang.
9. Kakak-ku, Sri Nuryati, Susetyowati- Agus Salim, Adik-ku Arif Nurtjahjo-Elza serta Keluarga Tante Suharsih & Siti Komsah, yang dengan tulus ikhlas senantiasa memberikan doa, dukungan moril, kasih sayang dan penuh pengertian dalam menempuh studi.
10. Teman-temanku Program Magister Teknik Pembangunan Kota – UNDIP Reguler Angkatan ke-2 Tahun 1999, atas kebersamaannya selama kuliah; Ibu Anni Widipratamanti, Ibu Ariati, Ibu Eppy Yuliani, Bpk. Achmad Sugianto, Bpk. Nanang Usdiyanto, Bpk. Rahardjanto, Bpk. Ramses Kambuaya dan Bpk. M. Tamsil.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih banyak kekurangannya dan jauh dari sempurna, oleh karena itu saran yang positif sangat berharga untuk menuju kesempurnaan.

Semarang, 2001

Penulis

*Kupersembahkan untuk  
Almarhum Ayahku Pudjosudjono  
Almarhumah Ibuku Suharti  
Dan istriku terkasih Agustinah  
Serta kedua anakku  
Adityo Anindito (Adit)  
Prabowo Dwinandito (Dito)*

## DAFTAR ISI

	Halaman
- ABSTRAK .....	iii
- ABSTRACT .....	iv
- KATA PENGANTAR .....	v
- DAFTAR ISI .....	viii
- DAFTAR TABEL .....	xii
- DAFTAR GAMBAR .....	xiv
- DAFTAR LAMPIRAN .....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Permasalahan .....	4
1.3. Tujuan dan Sasaran Studi .....	5
1.3.1. Tujuan Studi .....	5
1.3.2. Sasaran Studi .....	6
1.4. Ruang Lingkup Studi .....	6
1.4.1. Ruang Lingkup Wilayah .....	6
1.4.2. Ruang Lingkup Materi .....	6
1.5. Kerangka Pemikiran .....	7
1.6. Pendekatan Studi dan Metoda Penelitian .....	11
1.6.1. Pendekatan Studi .....	11
1.6.2. Metoda Penelitian .....	13
1.6.2.1. Kebutuhan Data .....	13
1.6.2.2. Teknik Pengumpulan Data .....	14
1.6.2.3. Teknik Pengolahan dan Penyajian Data .....	15
1.6.2.4. Teknik Analisis .....	16
1.6.2.5. Teknik Sampling .....	17
1.6.2.6. Langkah Penelitian .....	18
1.7. Sistematika Penulisan .....	20

**BAB II. KOMPONEN PENUNJANG KEPARIWISATAAN**

2.1. Definisi Pariwisata .....	22
2.2. Pariwisata Sebagai Suatu Sistem .....	23
2.3. Pengembangan Pariwisata .....	24
2.3.1. Tahapan dalam Pengembangan Pariwisata .....	26
2.3.2. Pengembangan Pariwisata Dalam Kaitannya Dengan Perkembangan Kota .....	29
2.3.3. Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan .....	30
2.4. Identifikasi Permintaan Wisata .....	31
2.4.1. Karakteristik Permintaan Wisata .....	33
2.4.2. Motivasi Wisatawan .....	34
2.4.3. Bentuk Pariwisata .....	36
2.4.4. Kebutuhan Wisatawan .....	37
2.5. Identifikasi Penawaran Wisata .....	38
2.6. Peranan Komponen Penawaran Wisata Sebagai Penunjang Kepariwisataan .....	44
2.6.1. Atraksi Wisata .....	44
2.6.2. Akomodasi .....	45
2.6.3. Transportasi .....	46
2.6.4. Infrastruktur .....	46
2.6.5. Fasilitas Pendukung .....	47
2.7. Rangkuman Komponen Penunjang Kepariwisataan .....	47

**BAB III. GAMBARAN UMUM KEPARIWISATAAN KOTA CIREBON**

3.1. Gambaran Umum Kota Cirebon .....	49
3.1.1. Karakteristik Fisik .....	50
3.1.2. Kependudukan .....	51
3.1.3. Adat Istiadat Masyarakat Cirebon .....	52
3.2. Gambaran Umum Komponen Penawaran Wisata Kota Cirebon .....	54
3.2.1. Obyek Wisata dan Atraksi Wisata .....	54
3.2.2. Fasilitas Akomodasi .....	63

	Halaman
3.2.3. Fasilitas Transportasi .....	63
3.2.4. Infrastruktur .....	66
3.2.5. Fasilitas Pendukung lainnya .....	69
3.3. Gambaran Umum Komponen Permintaan Wisata Kota Cirebon .....	70
3.3.1. Jumlah dan Perkembangan Wisatawan .....	70
3.3.2. Karakteristik Wisatawan .....	71
3.3.3. Pola Perjalanan Wisatawan .....	72
3.4. Gambaran Arahan Kebijakan Pengembangan Pariwisata Kota Cirebon	74

#### **BAB IV. ANALISIS KOMPONEN WISATA YANG BERKAITAN DENGAN KEPARIWISATAAN KOTA CIREBON**

4.1. Analisis Komponen Penawaran .....	76
4.1.1. Atraksi Wisata .....	77
4.1.2. Akomodasi .....	78
4.1.3. Transportasi .....	79
4.1.4. Infrastruktur .....	83
4.1.5. Fasilitas Pendukung .....	88
4.1.6. Kesimpulan Analisis Penawaran .....	92
4.2. Analisis Komponen Permintaan .....	93
4.2.1. Atraksi Wisata .....	93
4.2.2. Akomodasi .....	95
4.2.3. Transportasi .....	96
4.2.4. Infrastruktur .....	98
4.2.5. Fasilitas Pendukung .....	100
4.2.6. Kesimpulan Analisis Permintaan .....	103
4.3. Analisis Komponen Permintaan dan Komponen Penawaran.....	103
4.4. Hasil Analisis .....	105

#### **BAB V. PENUTUP**

5.1. Kesimpulan .....	107
5.2. Rekomendasi .....	108
5.2.1. Usulan Pengembangan Kepariwisata Kota Cirebon.....	108
5.2.2. Keterbatasan Studi .....	110

	Halaman
5.2.3. Saran untuk Studi Lanjutan .....	110
DAFTAR PUSTAKA .....	112
LAMPIRAN .....	115

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel	I.1. : Data Primer dan Sekunder yang diperlukan .....	13
Tabel	I.2. : Data yang Diperlukan .....	14
Tabel	II.1. : Komponen Penawaran Wisata .....	42
Tabel	II.2. : Variabel yang diamati .....	43
Tabel	III.1. : Tradisi Keraton dan Masyarakat Cirebon .....	53
Tabel	III.2. : Tarian dan Musik Khas Cirebon .....	53
Tabel	III.3. : Perkembangan Jumlah Hotel, Jumlah Kamar dan Tingkat Hunian Kamar Tahun 1989 – 1999 di Kota Cirebon.....	63
Tabel	III.4. : Realisasi rata-rata per hari Jumlah Angkutan Bis Asal Pemberangkatan di Kota Cirebon Tahun 2000.....	64
Tabel	III.5. : Jaringan Trayek Angkot yang melalui dekat Obyek Wisata Kota Cirebon Tahun 1999.....	65
Tabel	III.6. : Kondisi Jalan yang berada di depan Lokasi Obyek Wisata Tahun 1999 .....	67
Tabel	III.7. : Jumlah Wisatawan yang berkunjung di Kota Cirebon Tahun 1990 – Tahun 1999 .....	70
Tabel	III.8. : Umur Wisatawan .....	71
Tabel	III.9. : Asal Daerah Wisatawan .....	72
Tabel	III.10. : Jenis Pekerjaan .....	72
Tabel	III.11. : Maksud Kunjungan .....	73
Tabel	III.12. : Asal Daerah Wisatawan.....	74
Tabel	III.13. : Pengaturan Perjalanan .....	74
Tabel	IV.1. : Analisis Atraksi Wisata .....	77
Tabel	IV.2. : Analisis Akomodasi .....	79
Tabel	IV.3. : Analisis Transportasi .....	82
Tabel	IV.4. : Analisis Infrastruktur .....	87
Tabel	IV.5. : Analisis Fasilitas Pendukung.....	91
Tabel	IV.6. : Rekapitulasi Nilai Hasil Analisis Penawaran Wisata .....	92
Tabel	IV.7. : Obyek Wisata yang disukai Wisatawan .....	94

Tabel IV.8 :	Analisis Atraksi Wisata.....	94
Tabel IV.9. :	Tempat Menginap Wisatawan .....	95
Tabel IV.10. :	Lama Menginap Wisatawan.....	96
Tabel IV.11. :	Analisis Akomodasi .....	96
Tabel IV.12. :	Moda Angkutan yang dipakai Wisatawan dari dan ke Kota Cirebon.....	97
Tabel IV.13. :	Moda Angkutan yang dipakai Wisatawan di dalam Kota Cirebon.....	98
Tabel IV.14. :	Analisis Transportasi.....	98
Tabel IV.15. :	Kualitas Jalan Menuju Obyek Wisata.....	99
Tabel IV.16. :	Kemudahan pencapaian ke Obyek Wisata.....	99
Tabel IV.17. :	Kondisi Stasiun Kereta Api.....	99
Tabel IV.18. :	Kondisi Stasiun Bis.....	100
Tabel IV.19. :	Analisis Infrastruktur .....	100
Tabel IV.20. :	Fasilitas Pendukung yang diperlukan di luar obyek wisata .....	101
Tabel IV.21. :	Fasilitas Pendukung yang diperlukan di dalam obyek wisata...	102
Tabel IV.22. :	Analisis Fasilitas Pendukung .....	102
Tabel IV.23. :	Rekapitulasi Nilai Hasil Analisis Permintaan Wisata.....	103

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. : Lokasi Obyek Wisata Kota Cirebon.....	9
Gambar 1.2. : Kerangka Pemikiran Studi Kajian Komponen Penawaran dan permintaan Wisata sebagai penunjang Pengembangan Pariwisata Budaya Kota Cirebon .....	10
Gambar 1.3. : Matrik B C G .....	12
Gambar 2.1. : Sistem Kepariwisataaan .....	24
Gambar 2.2. : Tingkat Pengembangan Kepariwisataaan .....	29
Gambar 2.3. : Permintaan Wisata .....	32
Gambar 2.4. : Keseimbangan Permintaan dan Penawaran Wisata .....	48
Gambar 3.1. : Lokasi Obyek Wisata Kota Cirebon (Keraton Kasepuhan dan Petilasan Sunan Kalijaga) .....	55
Gambar 3.2. : Lokasi Obyek Wisata Kota Cirebon (Keraton Kanoman dan Masjid Merah Panjunan) .....	59
Gambar 3.3. : Lokasi Obyek Wisata Kota Cirebon (Keraton Kaprabonan dan Masjid Sang Cipta Rasa Kasepuhan).....	60
Gambar 3.4. : Lokasi Obyek Wisata Kota Cirebon (Keraton Kacirebonan dan Taman Air Gua Sunyaragi).....	62
Gambar 4.1. : Matriks Posisi Permintaan dan Penawaran .....	104

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	A : Penentuan Jumlah Sampel .....	115
Lampiran	B : Kuisisioner (Bahasa Indonesia).....	116
Lampiran	C : Questioner (Bahasa Inggris).....	120
Lampiran	D : Penentuan Komponen Produk Wisata.....	124
Lampiran	E : Penjelasan Analisis Portepel/Portofolio Produk .....	125
Lampiran	F : Kriteria Penilaian Komponen Permintaan .....	128
Lampiran	G : Kriteria Penilaian Komponen Penawaran.....	129
Lampiran	H : Hasil Jawaban Kuesioner .....	133
Lampiran	I : Gambar Peta .....	139

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1. Latar Belakang**

Sebagai negara yang kaya akan keindahan alam, budaya dan sejarah; Indonesia memiliki obyek wisata yang potensial untuk dikembangkan lebih lanjut, sebagai salah satu pendorong untuk menumbuhkembangkan perekonomian daerah, memupuk rasa cinta tanah air dan memelihara kepribadian bangsa. Potensi obyek wisata yang berada di kota maupun di desa seringkali belum bisa diandalkan sebagai asset yang mampu menggerakkan perekonomian masyarakat, dimana masih banyak potensi daerah berupa atraksi wisata yang belum bisa dimanfaatkan secara optimal. Pengelolaan secara "profesional" perlu dilakukan agar wisata dapat dipertahankan kualitasnya, disamping juga dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat di daerah sekitarnya.

Keinginan untuk meningkatkan pariwisata di Indonesia pada dasarnya disebabkan oleh beberapa faktor ; pertama adalah makin berkurangnya peranan minyak sebagai penghasil devisa jika dibandingkan dengan waktu yang lalu; kedua merosotnya nilai ekspor kita di sektor non migas; ketiga prospek pariwisata yang tetap memperlihatkan kecenderungan meningkat secara konsisten; dan keempat besarnya potensi wisata yang dimiliki bagi peningkatan pariwisata di Indonesia (Spillane, 1987, 57).

Peranan pariwisata dalam pembangunan negara pada garis besarnya memiliki tiga kepentingan yaitu ; pertama bagi kepentingan ekonomi merupakan penghasil devisa dan dapat memperbesar penerimaan negara yang bersumber dari pajak, kedua segi sosial mampu menciptakan lapangan kerja, dan ketiga dari segi kebudayaan dapat memperkenalkan kebudayaan kita kepada dunia luar lewat wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia. Ketiga kepentingan tersebut tidak saja berlaku bagi wisatawan

asing, tetapi juga berlaku untuk wisatawan domestik (Spillane, 1987,54).

Sumber kepariwisataan suatu daerah yang merupakan modal pariwisata dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mempunyai daya tarik untuk dikembangkan. Modal daya tarik tersebut dapat dikembangkan sedemikian rupa dalam usaha menahan wisatawan untuk tinggal lebih lama (*length of stay*), dan berkaitan dengan motif orang yang akan melakukan perjalanan wisata. Mc Intosh mengklasifikasikan motif wisata menjadi; motif fisik, motif prestise dan motif budaya (Sukadijo, 1997, 37). Salah satu dari motif tersebut yaitu motif budaya, dimana motivasi orang-orang yang melakukan perjalanan wisata disebabkan adanya daya tarik dari seni budaya suatu tempat atau daerah. Jadi obyek kunjungannya adalah obyek wisata budaya yang merupakan warisan nenek moyang, benda atau bangunan kuno (Yoeti, 1996, 123).

Pembangunan pariwisata dengan sendirinya membawa akibat dalam bidang sosial dan budaya. Adanya pariwisata internasional membawa pengaruh positif pada budaya kita, karena pada umumnya wisatawan asing selain berkunjung untuk menikmati obyek wisata juga menyelami keadaan alam dan budaya khas Indonesia. Di samping keinginan bangsa Indonesia sendiri untuk menemukan kembali unsur-unsur kepribadian asli, pariwisata juga merupakan daya pendorong kuat yang dapat memajukan kerajinan serta kesenian asli Indonesia. Contoh yang dapat dilihat misalnya menciptakan nuansa baru kerajinan batik Trusmi Cirebon dan kerajinan Batik Sasirangan di Banjarmasin, industri rotan Tegalwangi Cirebon dan industri rotan Amuntai Kalimantan Selatan. Pada contoh ini terlihat perubahan produk karena tuntutan pariwisata. Selo Sumarjan menyatakan bahwa; pada umumnya masyarakat yang memiliki unsur budaya yang menarik wisatawan asing merasa bangga atas perhatian itu, terutama kalau wisatawan asing yang datang dianggap memiliki budaya lebih unggul daripada Indonesia (Spillane,

1987, 34). Semakin besar jumlah wisatawan yang datang setiap tahun pada suatu daerah untuk mengagumi suatu kebudayaan, semakin jelas dan timbul tumbuhnya keinginan masyarakat yang dikunjunginya untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Disinilah letaknya hubungan antara pariwisata dan kebudayaan (Spillane, 1987, 36).

Kota Cirebon yang secara geografis terletak di pantai utara Pulau Jawa, merupakan kota strategis yang berbatasan antara Jawa Barat dan Jawa Tengah. Selain mengharapkan kunjungan wisatawan melalui Jakarta dan Bandung, juga menjadi alternatif tujuan wisata yang datang dari kota-kota di Jawa Tengah, disamping Cirebon juga merupakan salah satu dari banyak kota yang secara spesifik mempunyai peran historis maupun perwilayahan yang berpotensi kuat pada pariwisata, khususnya pariwisata budaya. Kota Cirebon diharapkan mampu sebagai salah satu pintu gerbang sekunder, yang berperan terhadap daerah sekitarnya seperti Kabupaten Cirebon, Inderamayu, Majalengka dan Kuningan. Aktifitas kegiatan ekonomi yang berlangsung dengan adanya obyek wisata dan daya tarik wisata di Kabupaten yang berbatasan, menyebabkan Cirebon memegang peranan penting untuk pengembangan Pariwisata. Fasilitas Akomodasi, transportasi dan faktor pendukung yang dimiliki cukup memadai. Mulai dari moda angkutan (darat, laut dan udara), hotel berbintang dan penginapan melati serta fasilitas lainnya seperti Pusat Perbelanjaan, Telekomunikasi merupakan faktor pendukung kota Cirebon sebagai pintu gerbang wisata sekunder. Sebagai pusat pengembangan pariwisata Wilayah F Jawa Barat, salah satu dari empat fungsi Kota Cirebon adalah sebagai Pusat Budaya dan Pariwisata dengan penekanannya pada warisan budaya yang berupa peninggalan sejarah (BAPPEDA Kota Cirebon, 1993, 36).

Sebagai salah satu pintu gerbang sekunder pariwisata, Kota Cirebon harus memenuhi selera wisatawan, karena seseorang melakukan perjalanan wisata adalah untuk

memenuhi keinginannya dalam melihat serta menikmati sesuatu ke tempat tertentu (Yoeti, 1996, 132).

Untuk memenuhi hal tersebut maka diperlukan kebijakan Pengembangan Pariwisata Kota Cirebon yang menitikberatkan kepada pelestarian seni budaya, bangunan kuno dan peninggalan kebudayaan masa lampau seperti keraton, mesjid tua; sekaligus untuk memanfaatkan jalur overland tour bagi wisatawan mancanegara maupun wisatawan Nusantara. Obyek wisata yang dimiliki oleh Kota Cirebon berupa obyek wisata peninggalan sejarah dan budaya diantaranya ; Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, Taman Air Gua Sunyaragi dan lain sebagainya. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kota Cirebon, jumlah wisatawan Nusantara yang datang berkunjung sebanyak 201.000 wisatawan di tahun 1999. Namun demikian jumlah wisatawan Mancanegara yang datang berkunjung hanya 3,7% dari jumlah wisatawan Nusantara, yaitu sebanyak 7.600 wisatawan.

Dalam pengembangannya, pariwisata di Kota Cirebon harus memperhatikan pemanfaatan sumberdaya yang ada. Oleh sebab itu pengembangan secara efektif dan efisien perlu dilakukan agar dapat memberikan manfaat bagi Pemerintah Kota dan masyarakat Kota Cirebon.

## **1.2. Perumusan Masalah.**

Kota Cirebon mempunyai 8 (delapan) obyek wisata budaya, ditambah dengan sejumlah komponen produk wisata seperti fasilitas akomodasi, transportasi dan sarana prasarana yang tersedia cukup baik. Namun demikian potensi produk wisata yang dimilikinya tersebut tidak seimbang dengan kondisi komponen wisatawan. Jumlah wisatawan yang datang berkunjung tidak memperlihatkan angka yang menggembirakan dan cenderung menurun. Ditambah dengan alokasi dana yang disediakan oleh Pemerintah

Daerah sangat kecil, menjadikan pariwisata Kota Cirebon sulit berkembang. Ini menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas penunjang yang cukup lengkap dan baik serta jumlah wisatawan yang datang belum bisa mendukung peningkatan pariwisata budaya di Kota Cirebon, yang pada gilirannya mengakibatkan perekonomian yang bertumpu pada kegiatan pariwisata menjadi tidak berkembang.

Dengan demikian yang menjadi permasalahan dan pertanyaan penelitian (research question) dalam penelitian ini adalah :

“Sejauh mana komponen penawaran serta permintaan wisata mampu mendukung kepariwisataan budaya Kota Cirebon ?”

Dan implikasi dari permasalahan tersebut di atas, dipandang perlu untuk dilakukan pengkajian ada komponen penawaran dan permintaan wisata, sebagai penunjang kepariwisataan Kota Cirebon. Kepariwisataan Kota Cirebon dengan di titik beratkan pada pariwisata budaya. Yang dimaksud komponen penawaran adalah produk wisata yang terdiri dari lima unsur yaitu : atraksi wisata, akomodasi, transportasi, infrastruktur, fasilitas pendukung sedangkan yang dimaksud dengan permintaan wisata adalah hanya dari komponen penawaran wisata yang tercermin dari jumlah dan respon kunjungan wisatawan ke obyek wisata kota Cirebon.

### **1.3. Tujuan dan Sasaran Studi**

#### **1.3.1. Tujuan Studi**

Studi ini bertujuan untuk mengetahui posisi komponen penawaran dan permintaan wisata dalam mendukung kepariwisataan budaya Kota Cirebon. Dengan diketahuinya posisi masing-masing komponen dapat diketahui letak keseimbangan dan atau ketidak seimbangan antara keduanya, yang selanjutnya dapat digunakan baik oleh sektor swasta maupun pemerintah serta masyarakat sebagai salah satu usulan dalam upaya pengembangan kepariwisataan budaya yang ada di kota Cirebon.

### **1.3.2. Sasaran Studi**

Untuk mencapai tujuan studi tersebut di atas, sasaran studi yang akan dilakukan adalah:

- a. Mengidentifikasi dan mengkaji komponen penawaran dan permintaan wisata Kota Cirebon sebagai upaya mendukung kepariwisataan yang ada.
- b. Menganalisis komponen penawaran dan permintaan wisata yang ada.
- c. Menentukan posisi komponen permintaan dan komponen penawaran wisata yang ada.

### **1.4. Ruang Lingkup Studi**

Ruang lingkup studi ini pada dasarnya mencakup 2 (dua) hal pokok yaitu, Ruang Lingkup Wilayah dan Ruang Lingkup Materi Studi.

#### **1.4.1. Ruang Lingkup Wilayah**

Ruang lingkup wilayah studi dibatasi hanya pada obyek wisata budaya yang ada di wilayah administrasi Kota Cirebon. Obyek wisata yang berjumlah 8 (delapan) buah adalah: Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, Keraton Kacirebonan, Keraton Kaprabonan, Masjid Merah Panjunan, Masjid Sang Cipta Rasa Kasepuhan, Taman Air Gua Sunyaragi dan Petilasan Sunan Kalijaga yang sebarannya pada skala Kota Cirebon seperti pada gambar 1.1.

#### **1.4.2. Ruang Lingkup Materi**

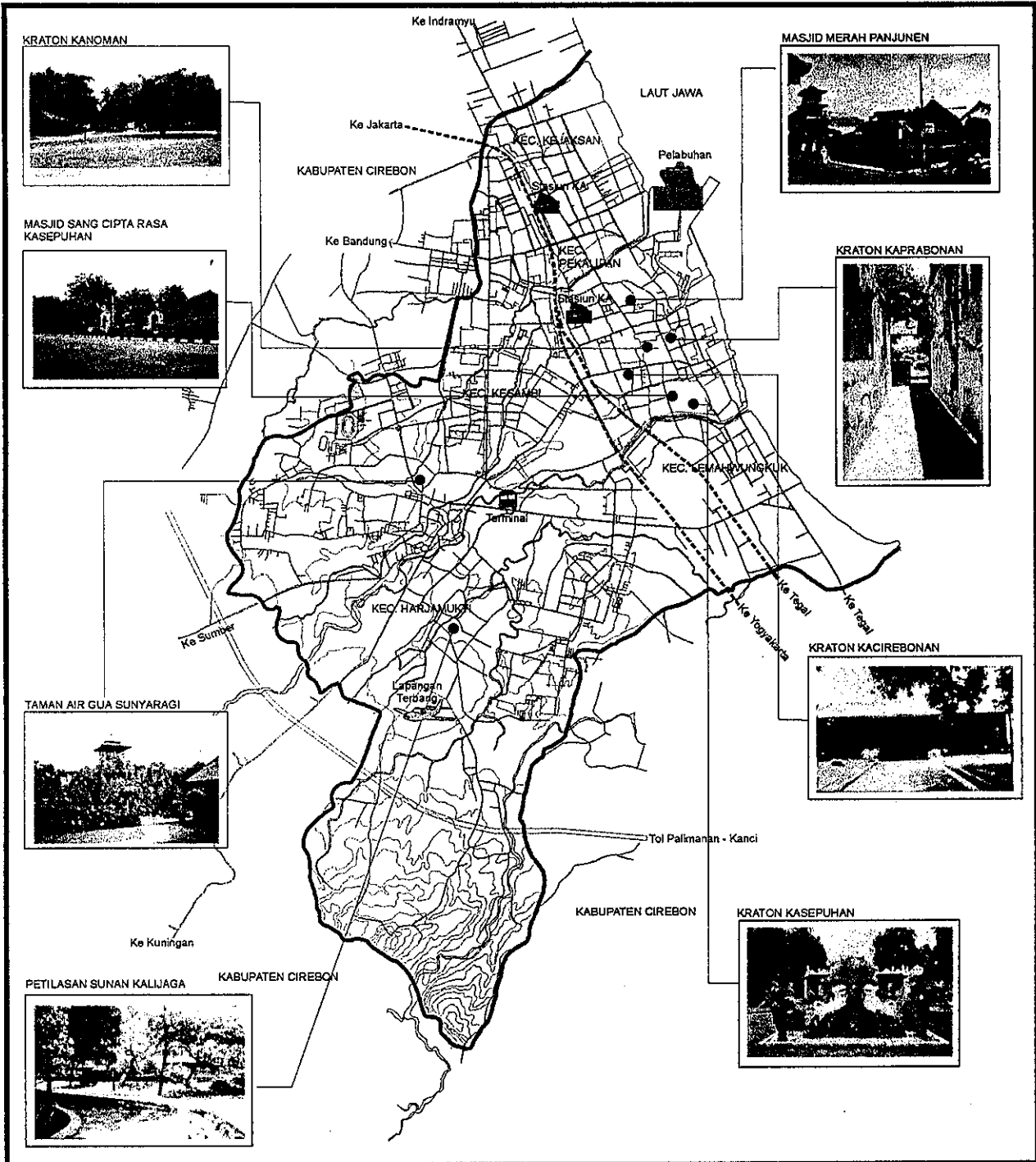
Ruang lingkup materi yang akan diungkapkan secara makro dalam studi ini menyangkut aspek penawaran dan permintaan wisata. Aspek penawaran wisata mencakup atraksi wisata yang ada di Kota Cirebon, Akomodasi yang tersedia di Kota Cirebon sebagai tempat menginap wisatawan dari hotel berbintang hingga hotel non


bintang, transportasi yang tersedia untuk mengangkut dari dan ke Kota Cirebon serta alat angkutan yang ada di dalam kota Cirebon, infrastruktur yang mendukung kepariwisataan serta fasilitas pendukung lainnya dalam upaya memberikan kemudahan bagi wisatawan yang berkunjung di obyek wisata. Aspek lainnya yaitu permintaan wisata yang mencakup wisatawanannya itu sendiri, sebagai upaya untuk mengetahui karakteristik dan motif wisatawan terhadap ketersediaan produk wisata yang dimiliki kota Cirebon.

### **1.5. Kerangka Pemikiran**

Kota Cirebon memiliki potensi yang baik di bidang Pariwisata. Letak Kotanya yang strategis dan dengan terdapatnya Obyek Wisata Budaya yang berupa bangunan peninggalan jaman dahulu. Ditambah dengan sejumlah Fasilitas yang mendukung kegiatan Pariwisata seperti tersedianya Akomodasi yang cukup, Aksesibilitas yang tinggi karena kualitas jalan yang baik serta kemudahan moda transportasi yang diinginkan untuk menuju dan dari Kota Cirebon. Namun bila melihat data sekunder kunjungan wisatawan ke Kota Cirebon tahun 1999 menunjukkan menurunnya angka jumlah kedatangan wisatawan. Untuk itu diperlukan kajian terhadap aspek penawaran dan aspek permintaan wisata. Aspek penawaran wisata akan menganalisis mengenai komponen produk wisata seperti Atraksi Wisata Budaya, Akomodasi, Transportasi, Infrastruktur dan Fasilitas pendukung. Aspek permintaan akan menganalisis karakteristik wisatawan terhadap produk wisata. Hasil kedua aspek tersebut dianalisis kembali dengan Matriks BCG (*Boston Consulting Group*) (Agam Fauzy, 1994, 22) untuk mengetahui seberapa besar dukungannya aspek penawaran dan permintaan dalam kepariwisataan Budaya di Kota Cirebon. Dengan diketahuinya kaitan antara aspek permintaan dan aspek penawaran wisata di Kota Cirebon, maka dapat ditemukan keseimbangan diantara keduanya. Untuk keseimbangan antara aspek permintaan dan penawaran dan berdasarkan kondisi eksisting dari keduanya akan dapat ditentukan kebijakan penambahan atas aspek

yang kurang. Melalui penambahan atas aspek penawaran atau permintaan yang kurang, diharapkan dapat disusun suatu kebijakan yang mengarah pada pengembangan wisata budaya Kota Cirebon. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan skematis atas uraian kerangka pemikiran di atas, dapat disajikan pada gambar skema di bawah ini.

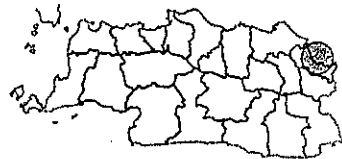


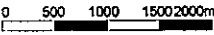

  
**PROGRAM PASCA SARJANA**  
**MAGISTER TEKNIK PEMBANGUNAN KOTA**  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
**TESIS**  
**KAJIAN KETERSEDIAAN KOMPONEN**  
**PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA**  
**SEBAGAI PENUNJANG PENGEMBANGAN**  
**PARIWISATA BUDAYA KOTA CIREBON**  
**PETA**  
**LOKASI OBYEK WISATA**  
**KOTA CIREBON**

**LEGENDA**

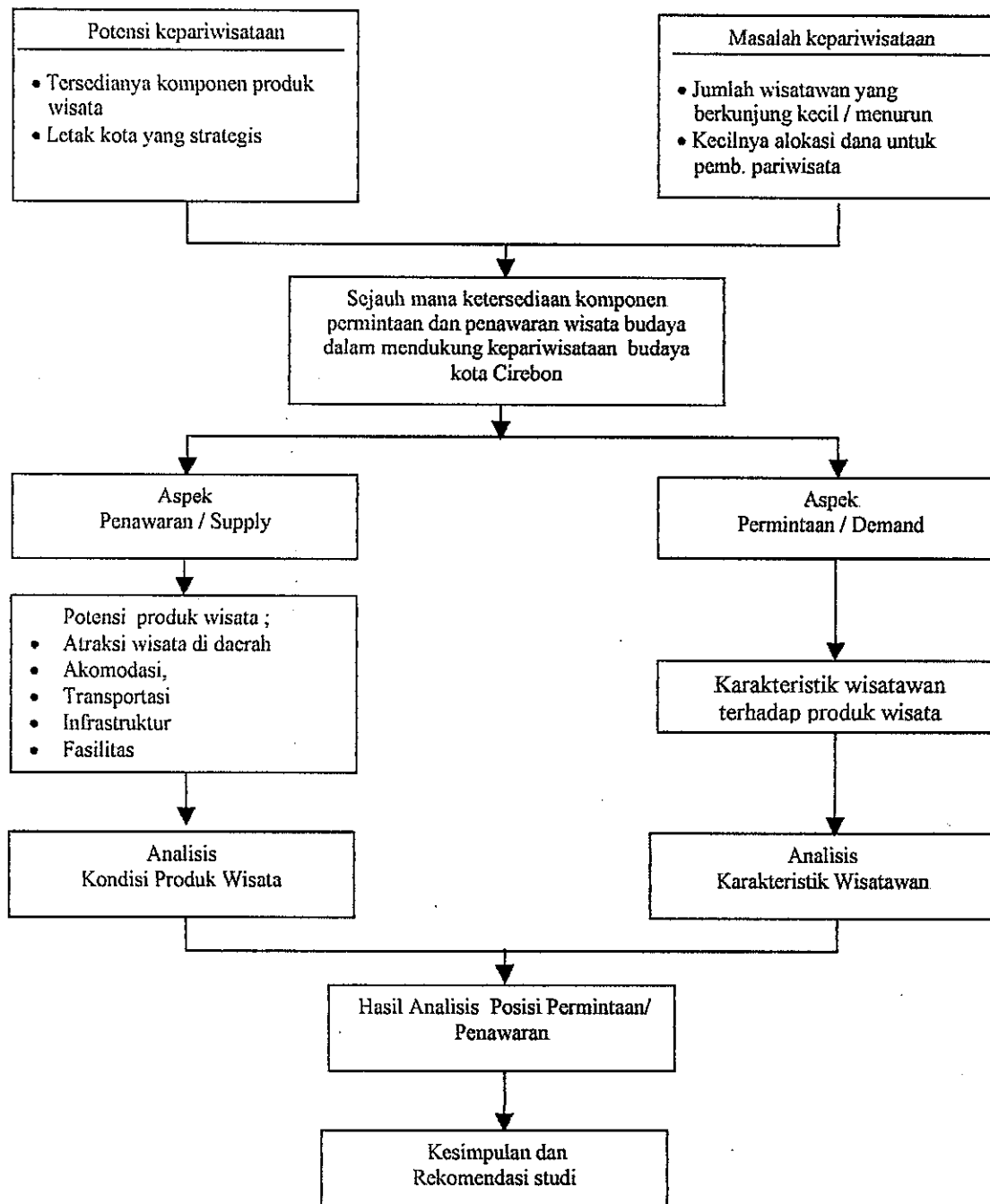
	BATAS KOTA/KABUPATEN
	BATAS KECAMATAN
	BATAS KELURAHAN
	SUNGAI
	KONTUR
	JALAN
	REL KERETA API

**ORIENTASI LOKASI**



<b>SKALA</b>	<b>UTARA</b>
 0 500 1000 1500 2000m	
<b>NOMOR GAMBAR</b>	

**GAMBAR 1.2**  
**KERANGKA PEMIKIRAN STUDI**  
**KAJIAN KOMPONEN PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA**  
**SEBAGAI PENUNJANG KEPARIWISATAAN BUDAYA**  
**KOTA CIREBON**



## 1.6. Pendekatan Studi dan Metoda Penelitian

### 1.6.1. Pendekatan Studi

Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian deskriptif, yang menggambarkan tentang komponen penawaran dan permintaan wisata budaya Kota Cirebon. Untuk mengetahui apakah kepariwisataan budaya dari sisi penawaran dan permintaan wisata berjalan seimbang.

Dari komponen penawaran dimaksudkan untuk menilai ketersediaan produk wisata dalam suatu sistem kepariwisataan, fasilitas yang disediakan termasuk akomodasi dan transportasi di tujuan wisata (Yoeti, 1996, 165). Dari komponen permintaan dimaksud untuk mengetahui wisatawan dari segi pola permintaannya. Dalam melakukan perjalanan wisatanya, dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti profil wisatawan, tujuan wisatanya dan karakteristik pola perjalanannya (Yoeti, 1997, 11).

Dari hasil kajian komponen penawaran dan permintaan wisata tersebut kemudian dapat diketahui sejauh mana dukungannya terhadap kepariwisataan yang ada.

Kajian penawaran dan permintaan wisata budaya Kota Cirebon dilakukan dengan melalui langkah penelitian sebagai berikut :

- a. Mengidentifikasi kepariwisataan yang ada dengan melakukan pengamatan langsung mengenai komponen penawaran dan permintaan wisata yang ada. Selain itu juga melalui kajian pustaka dan studi yang pernah dilakukan oleh beberapa instansi yang ada kaitannya dengan pariwisata. Kajian tersebut adalah kajian untuk mendapatkan data sekunder, sehingga secara teori dapat diketahui secara lebih mendalam tentang komponen penawaran dan permintaan wisata.
- b. Kajian deskriptif atas komponen penawaran dan permintaan wisata yang dilakukan melalui analisis makro atas kedua komponen tersebut. Dengan menggunakan analisis kualitatif, masing-masing komponen dilakukan penilaian keberadaannya sebagai pendukung kepariwisataan Kota Cirebon. Hasil survey primer permintaan wisata dan

hasil survey sekunder penawaran wisata tersebut dilakukan penilaiannya dan hasilnya diberi skoring. Nilai 2 (dua) untuk tinggi dan nilai 1 (satu) untuk rendah. Hasil analisis dari masing-masing permintaan dan penawaran wisata tersebut dijumlahkan skor-nya, tinggi atau rendah.

- c. Setelah ditemukan hasil analisis tersebut, di petakan posisinya ke dalam Matrik BCG yang dikeluarkan oleh Boston Consulting Group. Matriks BCG terdiri dari 4 (empat) bagian Kuadran dengan garis horizontal untuk penawaran wisata dan garis vertikal untuk permintaan wisata. Dan Kuadran tersebut yang paling baik urutannya adalah:
- *Stars* (bintang) dimana posisi penawaran bernilai tinggi dan posisi permintaan bernilai tinggi.
  - *Cash cows* (sapi perah) dimana posisi penawaran tinggi dan posisi permintaan bernilai rendah.
  - *Problem children* (masalah anak) dimana posisi penawaran rendah dan posisi permintaan bernilai tinggi.
  - *Dogs* (anjing) dimana posisi penawaran bernilai rendah dan posisi permintaan bernilai rendah.

Hasil pemetaan posisi komponen permintaan dan penawaran wisata tersebut dikuatkan lagi dengan Siklus Pengembangan Pariwisata yang dilakukan oleh Butler dimana posisi tingkat perkembangan pariwisata Cirebon (*Exploration, Involvement, Development, Consolidation atau Stagnation*).

**GAMBAR 1.3**  
MATRIKS POSISI PERMINTAAN PENAWARAN

		Rendah	Tinggi
Permintaan	Tinggi	PROBLEM CHILDREN	STARS
	Rendah	DOGS	CASH COWS
		Penawaran	

## 1.6.2. Metoda Penelitian

### 1.6.2.1. Kebutuhan data

Kebutuhan data untuk studi ini yang diperlukan adalah :

#### a. Data Primer

Jenis data yang dikumpulkan secara langsung di lapangan dan berasal dari nara sumber yang diperlukan, seperti wisatawan yang datang ke obyek wisata budaya wisatawan yang menginap di hotel-hotel kota Cirebon. Disamping wawancara dengan wisatawan pada pengumpulan data primer ini juga dilakukan observasi ke obyek dan fasilitas wisata budaya kota Cirebon. Pengumpulan data primer di sini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana karakteristik wisatawan yang datang serta tanggapannya terhadap ketersediaan komponen penawaran yang ada di Kota Cirebon.

#### b. Data Sekunder

Jenis data yang diperoleh dari hasil survey yang dilakukan ke beberapa instansi/institusi yang berkaitan dengan kepentingan penelitian ini. Data sekunder bisa merupakan hasil laporan penelitian yang pernah dilakukan pihak lain, makalah, jurnal. Di bawah ini kebutuhan data primer dan sekunder disusun dalam tabel seperti berikut ini :

**TABEL 1.1**  
**DATA PRIMER DAN SEKUNDER YANG DIPERLUKAN**

No.	JENIS DATA	SUMBER DATA	KETERANGAN
A.	Data Primer		
	• Karakteristik Wisatawan	• Wisatawan mancanegara dan nusantara	• n = 40 & 60 responden
B.	Data sekunder		
	• Jumlah obyek wisata	• Dinas pariwisata	-
	• Jumlah wisatawan	• Dinas pariwisata	-
	• Hotel/penginapan	• Dinas pariwisata	-
	• Restoran	• Dinas pariwisata	-
	• Moda angkutan	• Dinas LLAJ	-
	• Kualitas jalan	• Dinas Bina Marga	-
	• Fasilitas transportasi	• Dinas LLAJ	-
	• Fasilitas air bersih	• PDAM	-
	• Pusat perbelanjaan	• Dinas Pasar	-
	• Fasilitas Kesehatan	• Dinas Kesehatan	-
	• Peta Kota Cirebon	• BAPPEDA	-
	• Peta sebaran obyek wisata	• Dinas pariwisata	-
	• Kependudukan	• Statistik	-

### 1.6.2.2. Teknik Pengumpulan data

Data yang dikumpulkan untuk pemecahan masalah, dirumuskan dengan pengumpulan data seperti ;

#### a. Data primer

Pengumpulan data primer dilakukan dengan pengamatan langsung (observasi) wawancara dengan wisatawan langsung atau melalui pemandu wisata dan lainnya yang ada kaitannya dengan wisata budaya Kota Cirebon.

#### b. Data Sekunder

Dalam pengumpulan data, didapat dari sumber publikasi seperti hasil laporan instansi Pemerintah dan Lembaga Pemerintah seperti Kantor Bappeda, Statistik, Dinas Pariwisata, Dinas Bina Marga dll. Data sekunder memberikan informasi yang berkaitan dengan tingkat perkembangan kedatangan wisatawan, jumlah dan jenis obyek wisata yang ada, route moda angkutan. Informasi yang tidak mencakup dalam data sekunder dapat diperoleh dari Studi Kepustakaan.

**TABEL 1.2**  
**DATA YANG DIPERLUKAN**

Sasaran penelitian	Aspek yang diteliti	Data yang diperlukan	Kegunaan	Metoda yang dipakai	Instansi yang dituju	Hasil yang diinginkan
Mengkaji ke tersediaan komponen produk wisata (penawaran/ supply)	Atraksi wisata	Obyek wisata yang ada	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui jumlah dan kondisi obyek wisata.</li> <li>Jumlah wisatawan yang datang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pencatatan data</li> <li>Analisis Deskriptif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dinas Pariwisata</li> </ul>	Mengetahui ketersediaan komponen produk wisata sebagai pendukung pariwisata.
	Akomodasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jumlah Hotel Berbintang, Non Bintang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui jumlah hotel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pencatatan data</li> <li>Analisis deskriptif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dinas Pariwisata.</li> <li>BPS</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Jumlah Restoran/ warung makan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui jumlahnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pencatatan data.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dinas pariwisata</li> </ul>	

		minum.		• Analisis Deskriptif	• BPS	
	Transportasi	• Moda angkutan	• Mengetahui route angkot yang melalui obyek wisata.	• Pencatatan data • analisis deksriptif	• Dinas LLAJ	
	Infrastruktur	• Fasilitas PDAM, PLN, Telkom	• Mengetahui ketersediaannya di obyek wisata.	• pencatatan data dan pengamatan di lapangan • Analisis Deskriptif.	• PDAM, PLN, Telkom	
		• Jalan	• Mengetahui kualitas dan kelas jalan di obyek wisata	• pencatatan data dan pengamatan lapangan • Analisis deskriptif	• Bina Marga	
	Fasilitas pendukung	• Bank, Rumah Sakit, Apotik, Wartel, Pusat Perbelanjaan	• Mengetahui keberadaannya dekat obyek wisata.	• Pencatatan data dan pengamatan lapangan. • unalisis deskriptif.	• BI, Dinas Pariwisata Telkom, Dinas Kesehatan.	
Mengkaji pola Permintaan wisatawan	Pola permintaan wisatawan	Karakteristik Permintaan : - Atraksi - Akomodasi - Transportasi - Infrastruktur - Fasilitas pendukung	Mengetahui pola permintaan wisatawan	• Survey lapangan • Pengisian kuisioner • Analisis deskriptif	Wisatawan	Mengetahui pola permintaan wisatawan

Sumber : Hasil Pengolahan

### 1.6.2.3. Teknik Pengolahan dan Penyajian Data

Pengolahan data dilakukan dengan menimbang dan menyaring data yang telah diperoleh setelah dilakukan survey lapangan, baik itu survey data primer maupun survey data sekunder terhadap data yang masih relevan dengan masalah yang tengah diteliti yaitu mengenai kepariwisataan di Kota Cirebon. Data yang telah disaring tersebut disusun menurut kelompoknya seperti :

#### a. Data Primer

Instrumen Survey yang berupa daftar pertanyaan yang telah diisi oleh 40 responden wisatawan mancanegara dan 60 responden wisatawan Nusantara. Untuk wisatawan mancanegara dipisahkan dengan wisatawan Nusantara. Hasil jawaban yang diterima tersebut dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekuensi, sehingga akan terlihat berapa besar prosentase responden yang mempunyai kesan tanggapan atas pertanyaan yang telah dijawab.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang didapat melalui kepustakaan maupun pengamatan langsung di lapangan disusun dengan menggunakan tabel. Data yang sudah disusun dalam tabel tersebut dapat dijadikan sebagai bahan analisis. Data sekunder ini diperoleh dalam kaitannya dengan komponen produk wisata yang tersedia di Kota Cirebon.

#### 1.6.2.4. Teknik Analisis

Teknik analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif terhadap seluruh data yang diperoleh dari komponen penawaran maupun permintaan wisata yang ada di kota Cirebon. Kumpulan data yang telah diperoleh tersebut merupakan gambaran yang ada di lapangan. Hasil analisis kualitatif terhadap komponen penawaran dan permintaan wisata dianalisis kembali dengan menggunakan analisis portepel dengan cara memasukan ke dalam Matriks Pertumbuhan Bagian Pasar yang dikembangkan oleh Boston Consulting Group atau yang lebih dikenal dengan Matriks BCG, untuk mengetahui seberapa besar komponen penawaran wisata dan permintaan wisata tersebut dalam mendukung kepariwisataan kota Cirebon. Hasil dari analisis penawaran dan permintaan wisata tersebut dimasukkan ke dalam kuadran dalam Matriks BCG. Pada sumbu vertikal matriks tersebut ditempatkan tingkat permintaan dan pada sumbu mendatar ditempatkan tingkat

penawaran wisata yang masing-masing hanya terdiri dari dua tingkatan yaitu tinggi atau rendah. Setiap kuadran menunjukkan posisi produk dalam portepel produk matriks. Selanjutnya setiap kuadran tersebut dipakai dengan istilah *Stars* (bintang), *Cash Cows* (sapi perah), *Problem Children* (masalah anak-anak), dan *Dogs* (anjing). Bila posisi pada kuadran *Stars* berarti komponen penawaran dan permintaan wisata menunjukkan pertumbuhan yang pesat sehingga memiliki daya saing yang tinggi. Bila posisi pada kuadran *Cash Cows* yang berarti komponen penawaran tinggi tetapi permintaan sangat rendah, maka dalam hal ini komponen produk wisata di kota Cirebon tidak perlu diperluas atau menambah akan tetapi berusaha untuk mempertahankan yang sudah ada dengan melakukan peningkatan kualitas pelayanan serta promosi yang lebih digalakkan agar menambah jumlah wisatawan. Bila posisi pada kuadran *Problem Children* berarti komponen penawaran wisata rendah tetapi permintaan sangat tinggi. Maka dalam hal ini diperlukan usaha yang optimal untuk membangun dan meningkatkan komponen produk wisata agar jumlah wisatawan yang datang cukup melimpah tidak menjadi berkurang dan malahan menjadi masuk ke kuadran *Dogs*. Bila posisi pada kuadran *Dogs* berarti kedua komponen pariwisata tersebut rendah yang akan mengakibatkan biaya investasi pembangunan sangat besar pada kedua komponen wisata tersebut, kalau perlu dipikirkan untuk dilikuidasi.

#### **1.6.2.5. Teknik Sampling**

Penentuan Sampel dilakukan dengan mengidentifikasi karakteristik populasi hingga penentuan jumlah sampel yang diinginkan. Dengan memperhatikan karakteristik populasi yakni wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata budaya kota Cirebon, maka teknik sampling yang sekiranya tepat untuk digunakan dalam penentuan sampel adalah *accidental sampling*. Melalui teknik sampling ini jumlah sampel yang diambil sebanyak

10% dari jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang datang berkunjung ke Kota Cirebon pada tahun 1999. Besarnya prosentase jumlah sampel berdasarkan pendapat LR. Gay, 1987, seperti yang dikutip oleh Sumanto dalam bukunya Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan, menyatakan bahwa pada dasarnya tidak ada ketentuan besar sampel minimum yang dapat dipakai sebagai pedoman. Pada prinsipnya semakin besar sampel akan semakin baik. Untuk keperluan jumlah sampel terkecil yang pantas pada riset deskriptif adalah 10% dari populasi (Sumanto, 1995, 47). Jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 1999 adalah 7.631 wisatawan mancanegara dan 201.823 wisatawan nusantara. Sehingga total jumlah sampel untuk wisatawan asing adalah 40 dan wisatawan nusantara adalah 60 orang. (lihat lampiran A).

Cara pengambilan sample ini adalah dengan memilih subyek sampel sedemikian rupa sehingga sampel tersebut benar-benar mencerminkan ciri-ciri populasi yang sudah dikenal sebelumnya (Kartini Kartono, 1996, 148). Suatu metode pengambilan sample yang ideal mempunyai sifat seperti berikut ;

- a. Dapat menganalisa gambaran yang dapat dipercaya dari seluruh populasi yang diteliti.
- b. Dapat menentukan presisi dari hasil penelitian dengan menentukan penyimpangan baku (standar) dari taksiran yang diperoleh.
- c. Sederhana, hingga mudah untuk dilaksanakan.
- d. Dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin dengan biaya serendah-rendahnya.

(Singarimbun, 1989, 150).

#### **1.6.2.6. Langkah-langkah penelitian**

- a. Persiapan penelitian;
  - Penyusunan usulan penelitian, yang berisi latar belakang permasalahan, tujuan penelitian dan sasaran yang ingin dicapai.

- Kajian Pustaka, untuk memberikan pengertian dari teori-teori yang berkaitan dengan penelitian studi ini.
- Mempersiapkan perlengkapan penelitian yang berupa pertanyaan yang berisi variabel yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata di Kota Cirebon yang ditujukan pada wisatawan yang datang.
- Mengurus ijin penelitian.

b. Tahap pelaksanaan penelitian

- Survey primer, dilakukan kepada wisatawan yang datang dengan maksud untuk mengetahui pada mereka tentang pola permintaan yang diinginkan.
- Survey instansional, dilakukan kepada instansi yang berkait dengan pengembangan kepariwisataan seperti Dinas Pariwisata dan Bappeda dan lain-lain.
- Survey lapangan, dilakukan dengan pengamatan langsung ke lapangan yang termasuk dalam variabel yang akan diteliti termasuk di dalamnya wawancara dan mengisi kuesioner.
- Kuesioner yang berisikan pertanyaan yang berkaitan dengan variabel yang ditetapkan.

c. Tahap evaluasi

Mengadakan penelitian terhadap data yang telah terkumpul, apabila kurang memenuhi syarat agar dilengkapi kembali.

d. Tahap kompilasi dan analisis data

- dilakukan pengelompokan data sesuai dengan keperluan untuk memudahkan dalam menganalisis
- melakukan analisis berdasarkan data yang telah dikelompokkan, yang

diharapkan dapat mencerminkan;

- sejauhmana peranan komponen produk wisata dan wisatawan dalam pengembangan pariwisata Kota Cirebon.

e. Tahap penulisan

Yang terdiri dari bab Pendahuluan, Bab Kajian Teori, Bab Metodologi, Bab Gambaran Umum Wilayah penelitian, Bab Analisis dan Bab Penutup.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Untuk mencapai maksud dan tujuan penulisan studi ini, secara keseluruhan pembahasan di bagi menjadi 4 (empat) Bab seperti berikut ini :

Bab I : merupakan pendahuluan yang mengungkapkan hal-hal yang diperlukan untuk menjelaskan apa perlunya dan mengapa penelitian ini dilakukan. Dimulai dengan sub bab latar belakang yang berisi penjelasan tentang situasi yang perlu diteliti, dilanjutkan dengan uraian kenyataan yang sesungguhnya terjadi sehingga didapatkan kesenjangan. Perumusan permasalahan yang dituangkan dalam bentuk pertanyaan penelitian, dilanjutkan dengan tujuan dan sasaran studi yang ingin dicapai. Ruang lingkup penelitian menggambarkan tentang batasan yang mencakup penelitian ini serta kerangka pemikiran yang merupakan alur pikir penulis dalam menuangkan pemikiran penulisan. Metode Penelitian dan rencana analisis penelitian serta prosedur pengumpulan data yang akan dipakai dalam penulisan tesis ini.

Bab II : berisikan kerangka teoritis yang merupakan hasil dari tinjauan pustaka akan konsep-konsep yang dijelaskan sesuai dengan judul penelitian mengenai kepariwisataan. Sejak dari apa yang dimaksud dengan pariwisata, kemudian

komponen produk pariwisata apa saja yang harus dipenuhi untuk pengembangan pariwisata.

Bab III : memberikan gambaran tentang kondisi Kota Cirebon baik secara fisik Administrasi serta gambaran tentang kepariwisataan yang ada seperti kondisi produk wisata yang ada di kota Cirebon.

Bab IV : merupakan analisis dari sisi penawaran wisata tentang kondisi produk wisata yang ada, analisis dari sisi permintaan wisatawan yang berkaitan dengan pola permintaan yang berkaitan dengan produk wisata.

Bab V : merupakan penutup dari penulisan penelitian ini yang berisikan tentang kesimpulan penelitian yang diperoleh, saran yang berkaitan dengan penelitian ini yang diberikan dari hasil kesimpulan yang kemungkinan bisa dilakukan studi lanjutan dengan keterbatasan studi yang dihadapi dalam melakukan penelitian ini.

## **BAB II KOMPONEN PENUNJANG KEPARIWISATAAN**

### **2.1. Definisi Pariwisata**

Asal mula kegiatan pariwisata terjadi ketika orang mulai berpindah tempat dengan berbagai alasan. Perpindahan tersebut mula-mula dengan jalan kaki, menggunakan hewan, mobil, kereta api, kapal laut dan pesawat terbang. Jika perpindahan orang dalam jumlah banyak diperlukan pengorganisasian mulai dari yang sederhana hingga yang rumit, sehingga lama kelamaan memerlukan tumbuh menjadi usaha perjalanan. Demikian pula mengingat waktu perjalanan cukup lama, diperlukan tempat istirahat dan bahkan tempat menginap.

Pariwisata didefinisikan pertama kali pada tahun 1937 oleh para ahli di Perserikatan Bangsa-Bangsa. Definisi wisatawan adalah seseorang yang mengunjungi sebuah negara, suatu tempat, yang berada diluar tempat tinggalnya, selama minimum 24 jam. Jika seseorang yang tinggal kurang dari 24 jam disebut sebagai penglaju (excursionist). Sesuai dengan definisi ini, konferensi, pertemuan, diplomatik dan tujuan bisnis, ditambah lagi orang yang datang dengan kapal pesiar walaupun lebih singkat dari 24 jam (Foster, D, 1987, 7).

Definisi yang dipakai oleh World Tourism Organisation (WTO) tentang Pariwisata adalah seseorang yang berkunjung ke negara lain atau daerah lain diluar tempat tinggalnya untuk suatu alasan selain untuk memperoleh gaji pada negara atau daerah lainnya yang dikunjungi.

Menurut Prof. Hunziker dan Prof. Krapf orang-orang yang termasuk sebagai wisatawan adalah :

- a. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi, untuk keperluan kesehatan dan sebagainya.
- b. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk maksud menghadiri pertemuan, konferensi, musyawarah atau didalam hubungan sebagai utusan berbagai badan/organisasi.
- c. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dengan maksud bisnis.

(Pendit, 1999, 39).

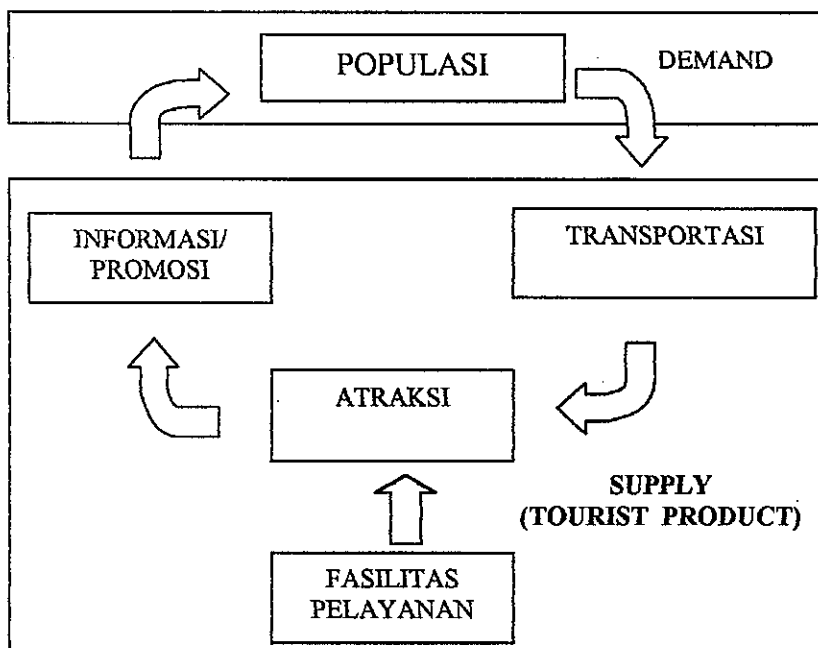
Namun McIntosh mengungkapkan bahwa pariwisata adalah gabungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah tuan rumah serta masyarakat tuan rumah serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan serta pengunjung lainnya (McIntosh, 1995,8)

## 2.2. Pariwisata Sebagai Suatu Sistem

Sistem Pariwisata dapat dijabarkan untuk menggambarkan bagaimana pariwisata itu terjadi. Sistem pariwisata dapat menunjukkan bagaimana sebagian orang dapat memanfaatkan pengetahuan tentang pariwisata untuk industri dan daerah tujuan wisata. sebagai suatu sistem, karena beberapa komponen yang ada didalamnya mempunyai keterkaitan satu dengan yang lainnya. Jika salah satu komponen tersebut mengalami gangguan, maka akan mempengaruhi kondisi sistem kepariwisataan secara keseluruhan. Oleh sebab itu masing-masing nilai komponen tersebut mempunyai nilai atau bobot yang sama. Pariwisata sebagai suatu sistem, terdapat dua sisi yang terdapat didalamnya yaitu komponen permintaan (*demand*) dan komponen penawaran (*supply*). Kedua komponen tersebut harus berjalan seimbang, agar pengembangan pariwisata dapat sesuai dengan permintaan pasar sehingga tidak ada usaha yang sia-sia. Komponen Permintaan adalah hal-hal yang berkaitan dengan pengguna jasa yaitu wisatawan. Sedangkan Komponen

Penawaran terdiri dari produk wisata yang akan ditawarkan kepada wisatawan.

**GAMBAR 2.1**  
**SISTEM KEPARIWISATAAN**



Sumber : Clare Gunn 1988, 68

### 2.3. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata pada suatu daerah sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah tersebut, atau juga pengembangan pariwisata selalu diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi rakyat setempat. Perlunya pengembangan adalah disebabkan oleh alasan-alasan sebagai berikut :

- a. Pengembangan Pariwisata disebabkan dengan masalah ekonomi.

Dengan dikembangkannya obyek wisata pada suatu daerah secara langsung dapat menciptakan lapangan kerja yang cukup bagi penduduk setempat. Penduduk setempat dapat bekerja sebagai tenaga kerja dan fasilitas pendukung yang akan muncul di daerah sekitarnya. Dan dengan adanya wisatawan yang datang secara tidak langsung akan timbul permintaan akan hasil kerajinan, perkebunan dan lain-lain dan uang yang

dibelanjakan oleh wisatawan sangat besar pengaruhnya terhadap penerimaan keuangan daerah.

b. Pengembangan Pariwisata bersifat non-ekonomis

Wisatawan yang datang akan melihat atraksi wisata yang ada seperti museum, bangunan kuno bersejarah. Dengan demikian akan timbul hasrat dan keinginan untuk memelihara aset wisata yang ada. Semuanya itu memerlukan biaya yang tidak sedikit untuk pemeliharaan dan perawatannya. Dengan pengembangan pariwisata diharapkan terjadi kemajuan pariwisata sebagai suatu industri dan akhirnya dari hasil kegiatan kepariwisataan tadi diperoleh biaya untuk memelihara obyek wisata.

c. Dengan adanya pengembangan pariwisata, diharapkan terjadinya interaksi yang positif antara wisatawan yang datang dengan penduduk setempat. Perbedaan pendudukan dan penafsiran serta salah pengertian akan dapat dihilangkan melalui kegiatan pariwisata.

(Yoeti, 1997, 34).

Dalam pengembangan pariwisata, di Indonesia dikenal (dua) tipe berdasarkan kepada pola, proses serta pengelolaannya, yaitu tipe tertutup (enclave) dan tipe terbuka (spontaneous).

(Made Sukarsa, 2000,11).

- a. Pariwisata tipe tertutup, karakteristik ini biasanya lokasinya terpisah dari masyarakat setempat dan tidak melibatkan masyarakat sekitarnya. Sehingga kontribusi untuk daerah setempat sangat kurang.
- b. Pariwisata tipe terbuka, yang bersifat spontan pada umumnya ditandai oleh karakter-karakter adanya hubungan intensif antara wisatawan dengan masyarakat sekitarnya. Sehingga distribusi pendapatan yang diperoleh dari wisatawan dapat secara langsung dinikmati oleh penduduk lokal. Hal ini bisa dilihat dari partisipasi masyarakat lokal terhadap pengembangan fasilitas obyek wisata setempat. Hanya dampak negatifnya

akan dengan cepat menjalar kedalam penduduk lokal sehingga sulit untuk di kontrol.

Pengembangan pariwisata dalam implementasinya sangat tergantung dari sudut pandang masing-masing, sedikit tidaknya terganggu kepada karakteristik lokasi wisata; baik fisik, sosial budaya. Namun demikian pemilihannya pertimbangan-pertimbangan untuk kepentingan masyarakat banyak harus lebih dikedepankan.

Menurut Mabogunje pengembangan termasuk kedalam 5 (lima) hal pokok yang meliputi :

- a. Pengembangan sebagai pertumbuhan ekonomi, dengan meningkatkan hasil komoditas.
- b. Pengembangan sebagai suatu modernisasi, dengan mengusahakan pemakaian barang dan jasa ditingkatkan sebagai negara industri maju.
- c. Pengembangan sebagai pemerataan keadilan, mengurangi tingkat kemiskinan masyarakat dengan meningkatkan pendapatan perkapita.
- d. Pengembangan sebagai transformasi dari sosial dan ekonomi.
- e. Pengembangan sebagai pengorganisasian kembali tataruang untuk menyesuaikan produk baru. (Pearce, 1989,7)

Indikator dari kelima pandangan mabogunje tersebut dalam rangka pengembangan wilayah diidentikan lebih spesifik sebagai ;

- a. Meningkatkan jumlah wisatawan, meningkatkan pendapatan devisa, perluasan kesempatan kerja, mendorong kegiatan industri penunjang pariwisata.
- b. Meningkatkan pendapatan masyarakat.(Yoeti, 1997, 35).

### **2.3.1 Tahapan dalam Pengembangan Pariwisata**

Perkembangan pariwisata erat sekali dipengaruhi oleh perjalanan atau perkembangan pembangunan pada umumnya. Perkembangannya diikuti dengan dikembangkannya berbagai atraksi, dan pada saat yang bersamaan juga daerah pariwisata

akan merespon perkembangannya dalam bentuk pelayanan dan fasilitas pariwisatanya. Daerah wisata akan menuju ke suatu siklus evolusi yang sama dengan siklus suatu produk. (Made Sukarsa, 2000,59).

Menurut Butler (1980) dalam bukunya Pearce 1989 terdapat ada 6 (enam) tingkatan atau tahapan dalam pengembangan pariwisata;

a. **Exploration** (pertumbuhan spontan dan penjajakan)

Pada tahapan ini jumlah wisatawan relatif kecil. Mereka cenderung dihadapkan pada keindahan alam dan budaya yang masih alami. Selain jumlah wisatawan yang kecil juga fasilitas yang kurang serta kurangnya kemudahan-kemudahan yang didapat ditempat obyek wisata.

b. **Involvement** (keterlibatan)

Pada tahapan ini, inisiatif masyarakat lokal untuk menyediakan fasilitas bagi wisatawan, kemudian promosi daerah wisata dimulai dengan dibantu oleh keterlibatan pemerintah. Hasilnya, terjadi peningkatan jumlah wisatawan. Musim wisatawan dan mungkin juga karena sangat mendesaknya kebutuhan dilokasi wisata, masyarakat mulai menyediakan infrastruktur.

c. **Development** (pengembangan)

Jumlah wisatawan pada tahapan ini sudah mulai meningkat tajam. Investor luar berdatangan untuk ikut membangun fasilitas yang ada. Bersamaan dengan meningkatnya jumlah dan popularitas daerah pariwisata, kerusakan fasilitas mulai terjadi. Perencanaan dan kontrol pada tahapan ini sangat diperlukan selain untuk memecahkan permasalahan yang ada, tetapi juga promosi digiatkan.

d. *Consolidation* (konsolidasi)

Tingkat pertumbuhan wisatawan pada tahapan ini sudah mulai menurun, walaupun jumlah wisatawan yang datang masih cukup banyak jumlahnya. Daerah wisata yang masih belum banyak pengalamannya, kurang dapat mengatasi masalah ini dan cenderung timbulnya monopoli.

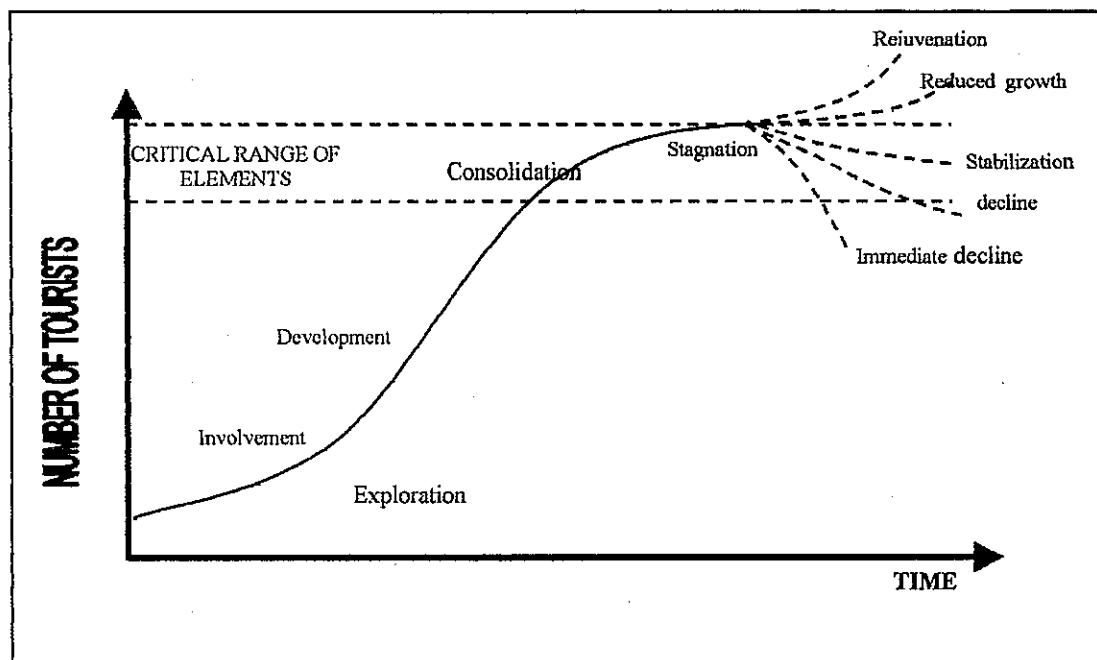
e. *Stabilization* (kestabilan)

Pada tahapan ini wisatawan yang datang pada saat puncaknya sudah tidak mampu lagi dilayani oleh obyek wisata. Oleh sebab itu diperlukan pemanfaatan bisnis, fasilitas pendukung untuk mempertahankan jumlah wisatawan yang datang berkunjung. Obyek wisata pada tahapan ini mengalami masalah lingkungan, sosial dan ekonomi.

f. *Decline* (penurunan kualitas) atau *Rejuvenation* (kelahiran baru)

Pada tahapan ini, wisatawan merasa kehilangan obyek wisata yang diketahui semula dan menjadi suatu daerah wisata baru. Daerah wisata baru tersebut menjadi tergantung dengan kunjungan berakhir pekan. Masa stagnasi dalam pengelolaan daerah wisata menyebabkan terjadinya penurunan kualitas, bila pengelola tidak dapat mengatasi dan berakhir pada kehancuran daerah wisata. Namun demikian bila kepemilikan berpeluang kuat untuk berubah, dan pengambilan kebijakan memutuskan untuk melakukan pengembangan dengan kebijakan-kebijakan baru dalam berbagai bidang seperti pemasaran, promosi maka daerah wisata tersebut bisa meningkatkan dengan bentuk yang baru. (Pearce, 1989, 19)

**GAMBAR 2.2.**  
**TINGKAT PENGEMBANGAN PARIWISATA**



Sumber : Pearce, 1989, 19)

### 2.3.2. Pengembangan Pariwisata dalam kaitannya dengan perkembangan kota

Selama kota-kota berkembang pesat atas dorongan investasi dan konsumsi tanpa usaha mengembangkan karakteristik khusus, maka permasalahan-permasalahan akan timbul dan akan semakin sulit untuk dipecahkan. Pola perkembangan perkotaan demikian akan memukul balik, karena permasalahan tersebut akan membuat pemilik modal menjadi enggan untuk menanamkan investasinya. Perkembangan kota sebaiknya diarahkan pada karakteristik khusus yang dimilikinya (Umar Juoro, 1996, 12). Karakteristik yang dimiliki oleh masing-masing kota berbeda seperti misalnya; karakteristik geografis, karakteristik ekonomi, karakteristik sosio-budaya, karakteristik sumber daya wisata, karakteristik ketersediaan sarana dan prasarana penunjang (Myra Gunawan, 1993). Dengan demikian kota-kota akan berkembang dengan mengandalkan pada sumber daya yang dimilikinya serta daya kreativitasnya, bukan sekedar investasi dan konsumsi yang tidak terarah. Dalam

hal ini terlihat bahwa pariwisata merupakan salah satu faktor dalam pengembangan kota.

Secara umum dapat digariskan bahwa daerah potensial pariwisata harus memiliki nilai kompetisi jika ingin dikembangkan. Dalam kompetisi tersebut, pariwisata telah menjadi komponen katalis perkembangan kota (tidak merupakan penyebab utama, namun sering berkontribusi pada percepatan perubahan). Secara makro perkembangan pariwisata memiliki kaitan tidak langsung dengan perubahan struktur ekonomi akibat pariwisata (Rhama Wijaya, 1993). Pariwisata secara luas dipandang memiliki pengaruh menguntungkan dengan indikator; pendapatan, lapangan kerja, pemasukan pajak. Dalam perspektif tersebut, pariwisata telah merangsang perlindungan alam, produk budaya dan keuntungan bagi penduduk lokasi obyek wisata (Mathieson, 1989, 4). Oleh sebab itu pengembangan pariwisata kaitannya dengan perkembangan kota sebaiknya dilakukan dengan;

- a. Pengembangan secara langsung dengan menghidupkan kembali musik, tarian tradisional, kerajinan tangan, upacara adat, gaya arsitektur.
- b. Melibatkan masyarakat lokal setempat melalui pimpinan masyarakat dalam pengembalian keputusan pengembangan pariwisata.
- c. Membuat ketentuan umum bahwa pengembangan atraksi wisata harus didasari dengan aspek budaya dan lingkungan lokal, bukan tiruan.
- d. Memberikan informasi pada wisatawan tentang latar belakang dan budaya masyarakat yang dikunjungi. (Inskeep, 1991)

### **2.3.3. Pengembangan Pariwisata berkelanjutan**

Inskeep mengemukakan dalam bukunya yang berjudul *Tourism Planning*, bahwa tujuan pengembangan pariwisata berkelanjutan adalah;

- a. Mengembangkan pengertian dan kepedulian sehingga dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi lingkungan dan ekonomi.
- b. Memperbaiki kualitas hidup masyarakat setempat.
- c. Memberikan pengalaman yang baik bagi pengunjung.
- d. Memelihara kualitas lingkungan.

(Inskeep, 1991)

Pembangunan pariwisata berkelanjutan diartikan sebagai proses pembangunan Pariwisata yang tidak mengenyampingkan kelestarian sumberdaya alam, baik untuk saat ini maupun untuk yang masa datang. Pengembangan Pariwisata berkelanjutan mengutamakan pertimbangan pengelolaan semua sumber daya seperti; memenuhi kebutuhan ekonomi, sosial, budaya, proses ekologi dan sistem pendukung kehidupan.

Sumber dari konsep berkelanjutan adalah daya dukung suatu tempat, atau kemampuan untuk mendukung suatu kebutuhan pariwisata tanpa menimbulkan kerusakan.

Matheison dan Wall (1982) mengartikan daya dukung sebagai jumlah maksimum orang yang dapat memanfaatkan suatu tempat tanpa menimbulkan suatu perubahan yang tidak dapat diterima oleh lingkungan fisik dan tanpa terjadinya penurunan kualitas. Daya dukung diantaranya adalah daya dukung fisik yang berhubungan dengan jumlah lahan yang tersedia untuk fasilitas, termasuk fasilitas pendukung lainnya seperti akomodasi dan infrastruktur.

#### **2.4. Identifikasi permintaan wisata.**

Permintaan wisata dapat digambarkan sebagai sekelompok heterogen orang-orang yang sedang berusaha berpergian setelah terdorong oleh motivasi tertentu. Ada setumpuk keinginan, kebutuhan, cita rasa, kesukaan yang sedang berbaur dalam diri seseorang. Atau juga dikatakan sebagai motivasi dari wisatawan untuk melakukan perjalanan kesuatu

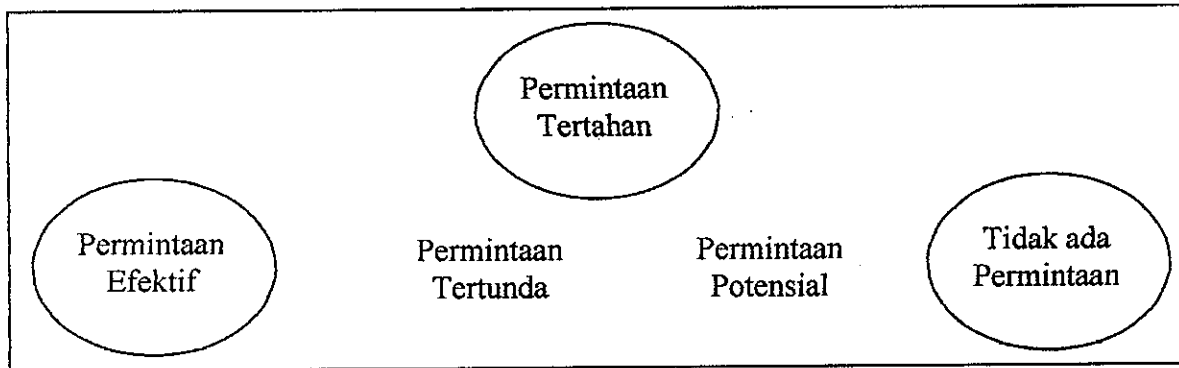
tempat tujuan (Wahab, 1996, 134). Tetapi sebagai seorang ahli geografi yaitu Mathieson and Wall, 1982 merumuskan permintaan sebagai sejumlah orang yang mengadakan perjalanan, menggunakan fasilitas dan jasa wisata diluar tempat tinggalnya dan tempat mencari nafkah. Mengadakan perjalanan bersifat sementara, tidak kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari tiga bulan. Di luar batasan itu dimasukkan sebagai penduduk setempat.

Seperti yang ditulis beberapa pengarang (Mathieson and Wall, 1982 dan Cooper et al, 1993) permintaan terhadap wisata terdiri atas tiga macam yaitu ;

- a. Permintaan efektif atau permintaan aktual, adalah jumlah aktual wisatawan yang sedang menikmati fasilitas pariwisata misalnya orang yang sedang melakukan perjalanan. Angka ini terlihat dan terpantau dalam statistik wisatawan, dan sebagian besar statistik wisata memakai konsep permintaan efektif.
- b. Permintaan tertahan (*suppressed demand*) merupakan seluruh atau sebagian masyarakat yang tidak melakukan perjalanan karena alasan tertentu. Dua unsur yang membentuk permintaan tertahan yaitu; Pertama, permintaan potensial yaitu mereka yang ingin berpergian, tetapi tidak dilakukan karena belum mempunyai daya beli untuk itu. Jika seandainya nanti memperoleh kenaikan pendapatan maka permintaan potensial ini akan berubah menjadi permintaan efektif. Kedua, permintaan tertunda. Mereka ini termasuk golongan mampu membayar tetapi karena alasan tertentu menunda perjalanan. Alasan tersebut antara lain; ketidak siapan sarana prasarana didaerah tujuan wisata karena sesuatu hal. Jika alasan rintangan dapat diatasi, maka permintaan tertunda ini kembali menjadi permintaan efektif.
- c. Tidak ada permintaan. Mereka yang termasuk kategori ini adalah mereka yang tidak ada minta dan tidak mau mengadakan perjalanan (*no demand*)

(Made Sukarsa, 1999, 20).

**GAMBAR 2.3**  
**PERMINTAAN WISATA**



Sumber : Cooper. C. et al. (1993)

#### 2.4.1. Karakteristik Permintaan Wisata

Permintaan wisata di tandai dengan ciri-ciri khas tertentu diantaranya adalah :

a. Kekenyalan (*Elasticity*)

Kekenyalan permintaan wisata berarti seberapa jauh tingkat penyesuaian terhadap perubahan harga atau perubahan macam-macam keadaan ekonomi di pasaran. Kepekaan harga adalah suatu faktor yang erat berkaitan dengan perilaku wisatawan.

b. Kepekaan (*Sensitivity*)

Permintaan wisata sangat peka terhadap keadaan sosial politik dan terhadap perubahan mode perjalanan. Daerah Tujuan Wisata yang mengalami ketidak tenangan atau gejolak sosial tidak akan menarik para wisatawan meskipun harga fasilitas yang ditawarkan termasuk murah situasi politik yang stabil dinegara penerima wisatawan menjadi faktor penentu wisatawan melakukan perjalanan.

c. Perluasan (*Expansion*)

Meskipun terjadi kegoncangan akhir-akhir ini, permintaan wisata masih tetap ada. Kecenderungan ini disebabkan karena; kemajuan alat transportasi, media informasi yang maju, keadaan iklim, pengaruh ekonomi, pola hidup yang berubah.

d. Musim (*Seasonality*)

Permintaan wisata yang sangat mempengaruhi masa depan pariwisata adalah musim wisata atau padat senggangnya kunjungan wisatawan, disesuaikan dengan bulan-bulan tertentu dimana kunjungan wisatawan sangat tinggi.

(Wahab, 1996, 140).

#### 2.4.2. Motivasi Wisatawan

Manusia sebagai makhluk sosial dengan hasrat untuk berkawan, mempunyai kebutuhan psikis yang disebut sebagai hasrat ingin tahu, hasrat untuk menyelidiki, kebosanan yang menimbulkan keinginan untuk mencari kesenangan. Sifat pembawaan manusia diatas ada relevansinya dengan perjalanan wisata. Ia harus bergerak mencari tempat-tempat dimana hasratnya dapat dipenuhi. Hasrat pembawaan itu menimbulkan situasi yang konkrit pada manusia dimana manusia merasa terdorong untuk mengadakan perjalanan kesuatu tempat dimana hasratnya diharapkan akan dapat dipenuhi. Hasrat yang berupa keperluan atau dorongan tertentu itulah yang disebut dengan motif perjalanan atau juga disebut dengan motif wisata (Soekadijo, 1997, 34).

Menurut Mc Intosh, motif wisata dapat dikelompokan sebagai berikut :

a. Motif fisik (*Physical Motivations*)

Motif ini banyak berhubungan dengan hasrat untuk mengembalikan kondisi fisik seperti olahraga, istirahat, pemeliharaan kesehatan agar kegairah bekerja timbul kembali.

b. Motif Budaya (*Cultural Motivations*)

Motif ini erat kaitannya dengan keinginan pribadi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata yang bersifat budaya. Untuk mengetahui dan mempelajari atau

sekedar untuk mengenal dan memahami tata cara, adat istiadat, kebiasaan, kehidupan sehari-hari yang berupa bangunan, musik, tirai.

c. Motif Interpersonal (*Interpersonal Motivations*)

Motivasi disini berhubungan dengan keinginan untuk bertemu dengan keluarga, teman tetangga atau berkenalan dengan orang-orang tertentu. Motivasi ini berhubungan erat dengan keinginan untuk menghindari diri dari kesibukan rutin sehari-hari.

d. Motif Status atau Prestise (*Status and Prestige Motivations*)

Disini seseorang ingin untuk memperlihatkan siapa dia, kedudukannya, statusnya dalam masyarakat tertentu demi prestisenya. Jadi sifat perjalanan ini sangat emosional dan ada kalanya dihubungkan dengan perjalanan isnis, dinas, pendidikan dan lain-lain.

(Soekadijo, 1997, 37)

Dari kelompok tersebut di atas bila diperluas lagi terhadap orang-orang tertarik untuk melakukan perjalanan wisata atas alasan sebagai berikut ;

- a. Untuk tujuan santai dan kesegaran badan, pikiran yang padat saat terakhir ini dirasakan keperluannya yang selalu penuh ketegangan dan tekanan.
- b. Untuk tujuan kesehatan dalam hal mendapatkan udara segar, cahaya matahari, perjalanan untuk pengobatan khusus.
- c. Ikut aktif dalam berbagai kegiatan olahraga.
- d. Mencari kesenangan, kegembiraan, merupakan salah satu cara untuk memenuhi permintaannya.
- e. Menaruh permintaan terhadap tempat yang mempunyai nilai sejarah dan kebudayaan serta upacara adat, festival dan kesenian.
- f. Alasan untuk mengunjungi famili, keluarga, kawan, kawan untuk menghindari dari kesibukan rutin sehari-hari.

- g. Untuk tujuan mencari hal-hal yang bersifat spiritual, keagamaan, kebatinan.
  - h. Untuk tujuan usaha, aktifitas profesional seperti konferensi, seminar dan lain-lain.
- (Yoeti, 1996, 86).

### 2.4.3. Bentuk Pariwisata

Kepariwisataan tidak menggejala sebagai bentuk tunggal, yang menggambarkan beberapa bentuk perjalanan sesuai dengan motivasi yang mendasari kepergian tersebut. Orang melakukan perjalanan untuk memperoleh berbagai tujuan dan memuaskan bermacam-macam keinginan. Pariwisata sebagai suatu gejala, terwujud dalam beberapa bentuk yang antara lain sebagai berikut :

- a. Menurut jumlah orang berpergian, dapat dibedakan :
  - Pariwisata individu
  - Pariwisata rombongan
- b. Menurut maksud berpergian, dapat dibedakan;
  - Pariwisata rekreasi atau pariwisata santai
  - Pariwisata budaya
  - Pariwisata pulih sehat
  - Pariwisata sport
  - Pariwisata temu wicara
- c. Menurut alat transportasi;
  - Pariwisata Darat
  - Pariwisata Tirta
  - Pariwisata Dirgantara

d. Menurut Letak Geografis;

- Pariwisata Domestik Nasional
- Pariwisata Regional
- Pariwisata Internasional

e. Menurut Umur;

- Pariwisata Remaja dan Pariwisata Dewasa

f. Menurut Jenis Kelamin;

- Pariwisata Pria dan Pariwisata Wanita

(Wahab, 1996, 6; Soekadijo, 1997, 143; Karyono, 1997, 16; Pendit, 1999, 40; Suwanto, 1997, 14; Spillane, 1987, 31).

#### **2.4.4. Kebutuhan Wisatawan**

Untuk melakukan perjalanan wisata dengan tujuan kesuatu daerah wisata, seseorang wisatawan harus memenuhi hal-hal sebagai berikut ;

- a. Kebutuhan akan alat angkutan, bis, kereta api
- b. Kebutuhan akan penginapan, hotel atau penginapan
- c. Kebutuhan akan makan dan minum, restoran, rumah makan
- d. Kebutuhan akan hiburan dan kegiatan rekreasi
- e. Kebutuhan akan pelayanan selama perjalanan seperti, pemandu wisata
- f. Kebutuhan akan barang-barang khas buatan masyarakat setempat
- g. Kebutuhan akan barang konsumsi keperluan pribadi melalui pusat perbelanjaan.

(Suwanto, 1997, 50).

Dalam suatu perjalanan wisata tidak hanya satu saja macam jasa yang diperlukan, tetapi memerlukan serangkaian bantuan jasa. Karena pelayanan wisata terpisah, tetapi

permintaannya tergabung jadi satu. Maka diperlukan kerja sama yang harmonis dari pelayanan jasa yang satu dengan yang lainnya. Pelayanan yang baik dari seluruh kegiatan tersebut akan mempercepat perkembangan pariwisata disuatu daerah.

## 2.5. Identifikasi penawaran wisata

Menurut Bukart dan Medlik, produk pariwisata adalah suatu susunan produk yang terpadu yang terdiri dari komponen obyek wisata beserta fasilitas yang mendukungnya (Yoeti, 1996, 164). Lengkapnya komponen produk pariwisata tersebut menyebabkan menjadi lebih menariknya suatu obyek wisata. Beberapa pendapat para ahli tentang penjelasan komponen produk pariwisata berbeda-beda, tetapi pada dasarnya memiliki kesamaan ;

- a. Douglas Pearce dalam bukunya *Tourist Development* menjelaskan bahwa elemen dari supply adalah ;
  - *Attraction*, yang terbuat dari :
    - Alam; pemandangan, flora dan fauna, iklim, cagar alam.
    - Buatan manusia; Tempat ibadah, Monumen, bangunan peninggalan hersejarah, Museum.
    - Budaya ; musik, bahasa, nyanyian rakyat, tarian, upacara adat perayaan tradisional.
  - *Accomodation*, yang terdiri dari ; hotel, motel.
  - *Facility* dan *Services*, yang terdiri dari;
    - Pelayanan pendukung ; pusat perbelanjaan, toko souvenir.
    - Fasilitas lainnya; apotik, restoran, bank, rumah sakit.

- *Infrastructure*, yang terdiri dari ;
  - Prasarana transportasi; jalan, pelabuhan, stasiun kereta api, pelabuhan udara.
  - Utilitas; listrik, Saluran pembuang air kotor, air bersih.
- *Transportation*, yang terdiri dari ; Route angkutan, moda angkutan.

(Pearce, 1989, 25)

b. Mc Intosh, dalam bukunya *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*, menjelaskan tentang komponen produk pariwisata dengan empat kategori yaitu :

- Sumberdaya alam, yang terdiri dari :  
Udara, iklim, pegunungan, lembah, flora dan fauna, mata air, pantai, pemandangan alam.
- Infrastruktur, yang terdiri dari :  
Sistem instalasi air bersih, sistem pembuangan air limbah, jalur gas, sistem listrik dan Telekomunikasi, Sistem drainase, Fasilitas lainnya seperti ; jalan raya, pelabuhan udara, kereta api, jalan, tempat parkir, taman, lampu jalan, pelabuhan laut, stasiun bis dan kereta api, hotel, motel, restoran, pusat perbelanjaan, museum, tempat hiburan, pertokoan.
- Transportasi, yang terdiri dari :  
Pesawat udara, kapal laut, kereta api, bis taksi, trem.
- Sumberdaya kebudayaan dan keramahtamahan.

(Mc. Intosh, 1995, 269).

c. Clare A Gunn, dalam bukunya *Tourism Planning, Basic, Concepts, Cases*, menjelaskan tentang komponen produk pariwisata dengan lima unsur yaitu :

- *Attraction*, yang terdiri dari :
  - Sumberdaya alam; pantai, tanah perkemahan, taman, lapangan golf, daerah

konservasi alam, penjelajahan, bersepeda, kawasan ski.

- Sumberdaya budaya; tempat bersejarah, tempat arkeologi, museum, lingkungan penduduk asli, festival, rumah sakit, bioskop, agrowisata, balai sidang.
- *Service*, yang terdiri dari : akomodasi, pelayanan makan/restoran, travel agent.
- *Transportation*, yang terdiri dari : airport, kereta api, pelabuhan laut.
- *Information*, yang terdiri dari : peta, buku petunjuk perjalanan, video, artikel majalah, pemandu wisata, brosur, anekdote perjalanan.
- *Promotion* ; melalui iklan, publisitas, hubungan masyarakat, insentif berupa potongan harga dan hadiah.

(Gunn, 1993, 57)

d. Salah Wahab menulis dalam bukunya yaitu Manajemen Kepariwisata menjelaskan tentang unsur-unsur penawaran pariwisata yaitu :

- Sumber-sumber alam, yang terdiri dari :
  - Iklim, udara lembut, sinar matahari.
  - Tata letak dan pemandangan alam; dataran, pegunungan, panorama danau, sungai, pantai, air terjun, gua, gunung berapi.
  - Unsur rimba: hutan, pohon, langka.
  - Flora dan fauna : tumbuhan langka, berburu, memancing, taman suaka.
  - Pusat Kesehatan : sumber air mineral, sumber air panas.
- Hasil karya manusia, yang terdiri dari :
  - Sejarah, budaya dan agama : monumen peninggalan sejarah, museum, gedung kesenian, tugu peringatan, perpustakaan, pentas budaya, industri kerajinan tangan, perayaan tradisional, upacara adat, eksibisi, karnaval, bangunan keagamaan.

- Prasarana :
  - Sistem air bersih, listrik, sistem air limbah, telekomunikasi, jalur lalu lintas.
  - Rumah sakit, apotik, pusat perbelanjaan, saloon, pompa bensin, bengkel kendaraan, toko buku, kantor polisi, kantor pemerintahan.
  - Hotel, motel, penginapan, restoran, warung makan minum, warung surat kabar.
  - Travel agent, badan usaha perjalanan, sewa kendaraan.
  - Fasilitas olahraga, tempat rekreasi.
- Alat transportasi penunjang
  - Pelabuhan laut, pelabuhan udara, kereta api, bis.
- Sarana pelengkap :
  - Gedung sandiwara, bioskop, kedai minum.
- Pola hidup masyarakat :
  - Tradisi, adat istiadat

(Salah Wahab, 1996, 110).

e. Robert Christie Mill dalam bukunya *Tourism The International Business* menjelaskan tentang Dimensi Pariwisata ada empat yaitu :

- Atraksi :
  - Sumber alam, iklim, keindahan alam.
  - Budaya, cara hidup, tempat bersejarah, agama, transisi
  - Etnisitas
  - Hiburan
- Fasilitas-fasilitas :
  - Tempat menginap, hotel, motel, resort.

- Tempat makan minum
  - Pelayanan pendukung; toko cenderamata, laundry, pramuwisata, fasilitas rekreasi.
  - Infrastruktur : fasilitas kesehatan, stasiun kereta api dan bis, listrik, drainase, jalan, kantor polisi.
- Transportasi
  - Keramah tamahan.

(Robert Christie Mill, 2000, 26).

f. Edward Inskeep dalam bukunya *Tourism Planning, An Integrated and Sustainable Development Approach* menulis tentang komponen produk pariwisata ada enam yaitu :

- Atraksi alam dan budaya.
- Akomodasi dan pelayanan : souvenir dan kerajinan tangan.
- Fasilitas transportasi dan pelayanan : jalan, pelabuhan, mobil, kereta api.
- Infrastruktur yang lain : telepon, faksimil, teleks, listrik, air bersih, pembuangan air limbah, pembuangan sampah.
- Elemen lembaga, badan atau aturan dari pemerintah atau swasta.

(Jurnal PWK, 1998, 27).

**TABEL II. 1**  
**KOMPONEN PENAWARAN WISATA**

DOUGLAS PEARCE 1989	Mc. INTOSH 1995	CLARE A GUNN 1993	SALAH WAHAB 1996	CHRISTIE MILL 2000	INSKEEP 1991
Atraksi	-	Atraksi	-	Atraksi	Atraksi
Akomodasi	-	-	-	-	Akomodasi
Transportasi	Transportasi	Transportasi	-	Transportasi	Transportasi
Infrastruktur	Infrastruktur	-	-	-	Infrastruktur

Fasilitas	-	-	-	Fasilitas	-
-	Sumber Daya Alam	-	Sumber Daya Alam	-	-
-	Keramahtamahan	-	-	Keramahtamahan	-
-	-	Informasi	-	-	-
-	-	Promosi	-	-	-
-	-	Servis	-	-	-
-	-	-	Hasil Karya Manusia	-	-
-	-	-	-	-	Kelembagaan

Sumber : Hasil Resume

Dari keseluruhan tersebut di atas dapat dirangkum bahwa yang termasuk dalam komponen Penawaran Pariwisata atau juga disebut dengan komponen Produk Wisata yang akan dipakai pada studi ini selanjutnya adalah : ATRAKSI, AKOMODASI, TRANSPORTASI, INFRASTRUKTUR dan FASILITAS.

Dalam penelitian ini selanjutnya dari Komponen Penawaran Wisata yang ada, variabel yang akan dianalisis adalah :

**TABEL II.2**  
**VARIABEL YANG DIAMATI**

Variabel yang diamati		
a.	Atraksi wisata	* wisatawan
		* obyek wisata
b.	Akomodasi	* hotel berbintang
		* hotel non berbintang
c.	Transportasi	* angkutan kota
		* bis, taksi sedan
		* kereta api
		* kapal laut dan pesawat udara.
d.	Fasilitas pendukung	* bank
		* pusat perbelanjaan

		* apotik
		* rumah sakit
		* restoran
e.	Infrastruktur	* instalasi air kotor
		* air bersih
		* jalan raya
		* pelabuhan laut
		* pelabuhan udara
		* stasiun kereta api dan stasiun bis

Sumber : hasil resume

## 2.6. Peranan Komponen Penawaran Wisata Sebagai Penunjang Kepariwisataaan

Peranan fasilitas dari komponen penawaran wisata akan menentukan sejauh mana dukungannya terhadap obyek wisata dalam pengembangan kepariwisataan. Untuk mengetahui dukungan fasilitas apa saja terhadap obyek wisata diperlukan jaringan pergerakan yang berupa infra struktur beserta route dan moda transportasi dalam menghubungkan fasilitas pelengkap dan akomodasi yang tersedia.

### 2.6.1. Atraksi Wisata

Atraksi yang diperlihatkan merupakan daya tarik utama mengapa seseorang datang berkunjung ke suatu tempat. Oleh karena itu keaslian dari atraksi wisata yang disuguhkan haruslah diperhatikan sehingga hanya di tempat tersebut wisatawan dapat melihat dan menyaksikan obyek dan atraksi tersebut. Di Indonesia banyak yang dapat dijadikan sebagai atraksi wisata, misal kesenian rakyat tradisional, upacara adat. Atraksi wisata berpotensi sebagai daya tarik wisata (Made Sukarsa, 2000, 40). Kekhasannya suatu atraksi menyebabkan wisatawan mengunjungi ke suatu obyek wisata. (Pearce, 1989, 26). Atraksi sebagai suatu penyebab pertumbuhan, jadi atraksi merupakan yang pertama kali menarik pengunjung ke sebuah obyek pariwisata, dalam artian pembangunan cenderung yang

dikembangkan terlebih dahulu. Untuk mencapai hasil demikian maka yang perlu diperhatikan untuk atraksi wisata yang baik adalah :

- a. Kegiatan dan obyek yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan baik. Atraksi yang berupa warisan budaya harus dalam kondisi bagus terlebih dahulu sebelum diperlihatkan pada wisatawan, atraksi yang sudah dibenahi harus dipelihara baik-baik.
- b. Karena atraksi wisata itu harus disajikan dihadapan wisatawan, maka cara penyajiannya harus tepat dengan mengatur perspektif ruang, perspektif waktu dan perspektif sosial budaya.
- c. Keadaan di tempat atraksi harus dapat menahan wisatawan cukup lama. Dengan asumsi bahwa akan semakin besar keuntungan yang diharapkan dari kehadiran mereka. Wisatawan juga akan tahan tinggal lebih lama bila di tempat obyek wisata lingkungan bagus, fasilitas pendukung yang cukup di dalam obyek wisata.
- d. Kesan yang diperoleh wisatawan waktu menyaksikan atraksi wisata harus diupayakan bertahan selama mungkin. Caranya dengan mengikatkan kesan itu pada obyek yang tidak cepat rusak dan dapat dibawa pulang (Sukadijo, 1997, 62).

Obyek wisata dapat berupa alami dan hasil budaya suatu bangsa yang dapat dilihat :

- a. Yang berasal dari alam yaitu iklim, pemandangan alam, cagar alam, flora dan fauna.
- b. Yang merupakan hasil kebudayaan suatu bangsa dapat berupa; monumen, bangunan peninggalan sejarah masa lalu, museum, tempat ibadah, musik, nyanyian rakyat, tarian, bahasa, perayaan tradisional, upacara adat. (Pearce, 1989, 25).

### 2.6.2 Akomodasi

Cooper menyatakan bahwa akomodasi merupakan salah satu komponen produk wisata yang penting serta merupakan kebutuhan dasar bagi wisatawan selama mereka berada di daerah tujuan wisata. Fasilitas akomodasi adalah tempat menginap/makan/minum orang yang melakukan perjalanan. Dalam arti luas akomodasi dalam pariwisata sering diartikan sebagai Hotel, Restoran, tetapi ada juga yang

mengartikan lebih sempit yaitu sebagai Hotel dan berarti penginapan (Made Sukarsa, 1999, 25) menurut Pearce yang termasuk akomodasi adalah hotel.

### **2.6.3. Transportasi**

Peranan transportasi dalam pariwisata sangat penting. Tanpa transportasi sulit bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan. Transportasi wisata pada hakekatnya adalah jasa untuk memindahkan wisatawan dari satu tempat ke tempat yang lain. Transportasi yang digunakan untuk memindahkan wisatawan tersebut dapat berupa ; modal angkutan, route angkutan. Oleh sebab itu sarana transportasi umum sangat berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata. Suatu obyek wisata kurang mempunyai daya tarik jika tidak ditunjang oleh sarana transportasi umum untuk mencapainya. Oleh karena itu kemudahan untuk mencapai suatu obyek, dengan tersedianya sarana transportasi umum akan menguntungkan banyak orang. Faktor yang mempengaruhi pada transportasi agar berfungsi dengan baik adalah ; kondisi perjalanan dan menghemat waktu (Christie Mill, 2000, 31)

Kondisi perjalanan adalah menyangkut dengan kenyamanan bagi wisatawan seperti fasilitas jalan dan fasilitas angkutannya itu sendiri, sedangkan menghemat waktu artinya semakin singkat waktu perjalanan ketempat tujuan akan semakin baik.

### **2.6.4. Infrastruktur**

Masalah yang menghambat pengembangan pariwisata di Indonesia, sebenarnya tidak semata-mata terletak dari pembangunan fisik. Memang pariwisata erat hubungannya dengan bidang lain diantaranya prasarana perhubungan. Semakin meluas dan meningkatnya kualitas jaringan jalan, maka semakin meningkat pula jumlah dan frekuensi orang melakukan perjalanan wisata. hal ini menunjukkan akan semakin meningkatkan aksesibilitas suatu wilayah (Spillane 1987, 100). Infrastruktur atau prasarana sarana yang

mendukung kelengkapan suatu obyek wisata untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya (Gamal Suwanto, 1997, 22). Yang termasuk dengan infrastruktur adalah ; Instalasi air bersih, instalasi air kotor, instalasi listrik, , jalan raya, pelabuhan laut, pelabuhan udara, stasiun kereta api. (Pearce, 1995, 269)

#### **2.6.5. Fasilitas pendukung.**

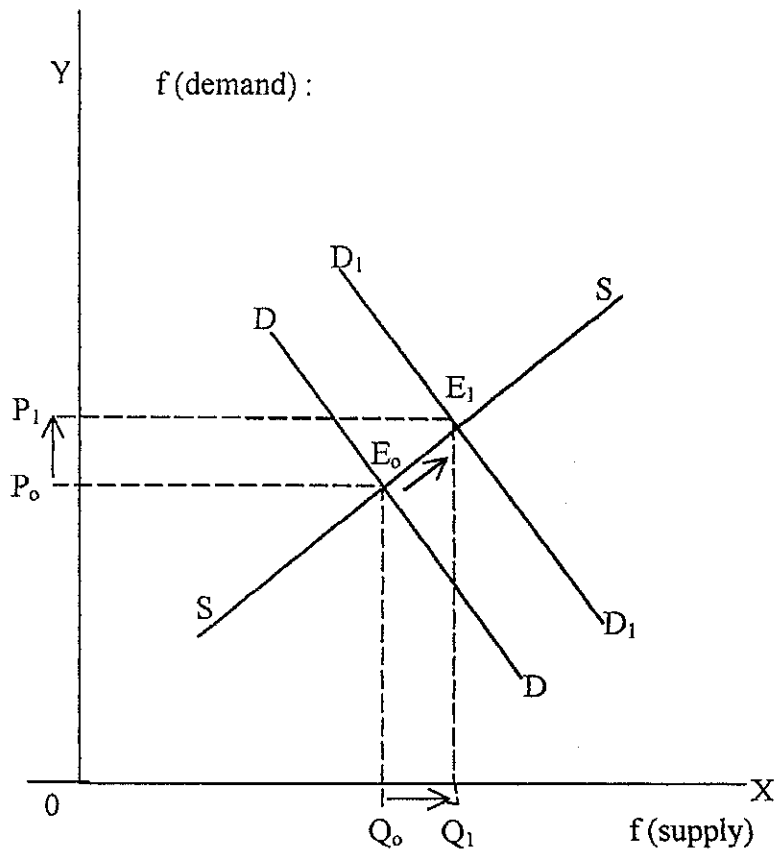
Ketersediaan fasilitas pendukung, baik didalam maupun di luar obyek wisata akan mempengaruhi kedatangan wisatawan. Fasilitas pendukung tersebut bukan merupakan daya tarik utama dalam kepariwisataan, tetapi kehadirannya diperlukan bila hendak mengembangkan suatu daerah (Yoeti, 1997, 60). Ketersediaan fasilitas pendukung tersebut seharusnya berdekatan dengan obyek wisata. Yang termasuk didalamnya adalah Bank, apotik, Rumah Sakit, Pusat perbelanjaan, restoran, toko souvenir (Pearce, 1989, 25)

#### **2.7. Rangkuman Komponen Penunjang Kepariwisataan**

Sistem Kepariwisataan merupakan suatu hubungan kegiatan yang berkaitan dengan komponen permintaan dan komponen penawaran wisata. Kedua komponen tersebut harus berjalan seimbang agar tidak terpengaruh antara satu komponen dengan yang lainnya. Ketidak seimbangan tersebut akan menimbulkan masalah di salah satu komponen lainnya. Komponen permintaan adalah wisatawan itu sendiri dan komponen penawaran adalah merupakan produk wisata yang terdiri dari atraksi wisata, akomodasi, transportasi, infrastruktur dan fasilitas pendukung.

Kedua komponen tersebut akan dianalisis untuk mengetahui sejauh mana dukungannya terhadap kepariwisataan Kota Cirebon. Analisis secara makro tersebut indikator yang dijadikan sebagai parameter untuk melihat keunggulan produk wisata adalah kesan wisatawan yang datang berkunjung terhadap produk wisata yang tersedia di Kota Cirebon.

**GAMBAR 2.4**  
**KESEIMBANGAN PERMINTAAN DAN PENAWARAN WISATA**



Dari gambar 2.4. terlihat bahwa, bila permintaan wisata meningkat dari  $D$  menuju  $D_1$  maka titik equilibrium akan berubah dari  $E_0$  ke  $E_1$  dan  $f$  (demand) akan berubah dari  $P_0$  ke  $P_1$  termasuk  $f$  (supply) berubah dari  $Q_0$  ke  $Q_1$ , ini berarti bahwa bila permintaan meningkat akan diikuti oleh penawaran yang meningkat pula, demikian pula sebaliknya. Oleh sebab itu bila salah satu komponen wisata tersebut terganggu atau mempunyai problem, titik Equilibrium tidak akan terjadi dan yang akan terjadi adalah ketidak seimbangan.

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM KEPARIWISATAAN KOTA CIREBON**

#### **3.1. Gambaran Umum Kota Cirebon**

Pembangunan perkotaan di Indonesia dewasa ini menunjukkan perkembangan yang pesat. Kondisi ini terjadi karena pada dasarnya wilayah perkotaan dipandang sebagai lokasi yang efisien dan efektif untuk kegiatan produktif sehubungan dengan ketersediaannya sarana dan prasarana, tersedianya dana sebagai modal kerja dan tenaga kerja yang terampil. Perkembangan kegiatan ekonomi menyebabkan kota memiliki tingkat produktivitas dan efisiensi yang lebih tinggi. Dengan demikian perkembangan kota dapat berjalan dengan baik berkaitan dengan berkembangnya kegiatan ekonomi (Budi Tjahjati, 1996, 1).

Kota Cirebon sebagai bekas kesultanan Islam yang sangat terkenal, dalam rangka mengembangkan kotanya melalui kegiatan ekonomi telah mempunyai kebijakan dengan visinya sebagai Kota Pelabuhan, Kota Perdagangan, Kota Pariwisata dan Kota Budaya. Sebagai kota yang mempunyai pelabuhan laut diharapkan mampu berperan sebagai pintu gerbang ekspor impor untuk melayani kepentingan wilayah Jawa Barat. Sebagai kota Perdagangan diharapkan mampu berperan sebagai basis dan distribusi hasil pertanian dan non-pertanian dari wilayah sekitarnya (*hinterland*). Sebagai Kota Pariwisata diharapkan mampu menunjukkan produk wisatanya yang berbasis tradisi dan budaya khas Cirebon sehingga dapat menarik arus wisatawan mancanegara maupun nusantara. Dan terakhir sebagai kota budaya diharapkan mampu melestarikan tradisi budaya khas Cirebon serta peninggalan bersejarah yang merupakan aset berharga bagi generasi yang akan datang.

Kota disatu pihak akan semakin dituntut agar dapat berfungsi secara lebih efisien, namun dilain pihak hasil yang ditimbulkan dari kegiatan ekonomi banyak yang belum

termanfaatkan seperti fasilitas potensi kota yang masih belum optimal dimanfaatkan dalam rangka peningkatan Pendapatan Daerah yaitu sektor pariwisata dan budaya;

- a. Belum optimalnya pemanfaatan Pelabuhan Laut dan Pelabuhan Udara yang dimiliki oleh Kota Cirebon sebagai pintu masuk bagi kedatangan wisatawan.
- b. Masih kecilnya alokasi dana yang diperuntukan bagi sektor pariwisata, ditambah dengan belum baiknya pengelolaan obyek wisata sehingga dana yang diperlukan untuk pemeliharaan dan pembangunan sarana obyek wisata kurang memenuhi. Hal ini merupakan salah satu penyebab berkurangnya daya tarik obyek wisata.
- c. Belum dimanfaatkannya potensi yang dimiliki oleh kota Cirebon yang lain seperti; potensi laut yang dimiliki oleh kota Cirebon, bangunan kuno peninggalan Belanda yang masih cukup banyak, Pabrik Rokok BAT dalam mengetahui proses pembuatan rokok. Sebagai alternatif lain pilihan wisata budaya yang sudah ada.
- d. Jasa pelayanan wisata di Kota Cirebon saat ini hanya terbatas pada pelayanan transportasi, belum ada biro jasa yang menangani paket perjalanan wisata.

Permasalahan tersebut diatas memerlukan kajian tentang kepariwisataan yang ada di Kota Cirebon, baik itu mengenai wisatawannya sendiri (permintaan) maupun fasilitas yang tersedia (penawaran) dalam rangka pengembangan pariwisata di kota Cirebon.

### **3.1.1. Karakteristik Fisik**

Kota Cirebon secara geografis terletak di daerah Pantai Utara Jawa Barat bagian Timur, terletak pada  $108^{\circ} 46' 16'' - 108^{\circ} 47' 10''$  Bujur Timur dan  $6^{\circ} 41' 23'' - 6^{\circ} 47' 40''$  Lintang Selatan. Bentang alamnya merupakan dataran rendah pantai, dari Barat ke Timur  $\pm 8$  Km, Utara ke Selatan  $\pm 11$  Km dengan ketinggian dari permukaan Laut  $\pm 5$  meter. Luas wilayah administrasi  $\pm 3.735,82$  hektar yang dibatasi oleh ;

- ♦ Sebelah Utara : Sungai Kedung Panc
- ♦ Sebelah Selatan : Sungai Kalijaga
- ♦ Sebelah Barat : Banjir Kanal / Kabupaten Cirebon
- ♦ Sebelah Timur : Laut Jawa

Secara klimatologis beriklim tropis, temperatur berkisar antara 24° C-33° C dengan curah hujan ± 2.260 mm/tahun dengan jumlah hari hujan ± 155 hari. Kebutuhan masyarakat akan air minum sebagian masyarakat menggunakan air dari PDAM. Tanah sebagian subur dan sebagian kurang produktif karena tanah pantai yang semakin meluas akibat endapan sungai-sungai.

Struktur Tata Ruang Kota Cirebon terbentuk agar dapat mengakomodasikan keseimbangan hubungan antara elemen kegiatan, maka telah ditetapkan pembagian wilayah dengan fungsinya sebagai berikut yaitu ; Zona Pelabuhan, Zona Perdagangan, Zona Industri, Zona Pemerintahan dan Kemasyarakatan, Zona Perumahan, Zona Pendidikan, Olahraga dan Rekreasi dan Zona Konservasi. (lihat lampiran I).

### 3.1.2. Kependudukan

Salah satu masalah yang perlu mendapat perhatian dalam proses pembangunan adalah masalah kependudukan, yang mencakup antara lain mengenai jumlah penduduk, komposisi dan distribusi penduduk. Jumlah penduduk yang besar dapat menjadi modal pembangunan apabila kualitasnya baik, namun sebaliknya dapat menjadi beban pembangunan apabila kualitasnya rendah. Sumber data kependudukan diperoleh dari hasil Sensus Penduduk, Survey Penduduk Antar Sensus (SUPAS) dan Registrasi penduduk. Dari hasil registrasi pada akhir tahun 1999 di kota Cirebon terdapat 252.268 jiwa, yang terdiri dari perempuan 128.630 jiwa dan laki-laki 123.638.

Kepadatan penduduk bervariasi antara 3.858 jiwa/km<sup>2</sup> hingga 21.512 jiwa km<sup>2</sup>.

Perkembangan kebudayaan Cirebon tidak terlepas dari latar belakang sejarah setempat. Menurut manuskrip Purwaka Caruban Nagari, pada abad XIV ada sebuah desa nelayan kecil di pantai Laut Jawa yang bernama Muara Jati. Dengan di pimpin oleh Pangeran Walangsungsang yang merupakan putera dari Prabu Siliwangi didirikan Kerajaan Cirebon. Berdirinya Kerajaan Cirebon, menandai diawalinya Kerajaan Islam Cirebon dengan Pelabuhan Muara Jati. Kerajaan Cirebon tidak sama dengan Budaya Sunda atau Budaya Jawa, meskipun sedikit ada kesamaannya. Bahasanya pun dikenal dengan Bahasa Cirebon, meskipun di beberapa daerah bisa dijumpai orang menggunakan bahasa Sunda atau Jawa. Kekhasan bahasanya ini membuat daya tarik tersendiri.

Dalam mendirikan bangunan, sejak jaman dahulu sudah dikenal dengan penggunaan bahan bangunan batu, seperti terlihat pada sisa peninggalan bangunan kuno. Pengaruh Jawa masih terlihat pada struktur organisasi ruang untuk bangunan rumah tinggal. Ini dapat dilihat pada bangunan keraton yang masih ada dengan pagar keliling dari pasangan batu bata. Bangunan Keraton yang merupakan peninggalan kejayaan Kerajaan Cirebon dan bangunan kuno peninggalan lainnya merupakan salah satu potensi kepariwisataan Kota Cirebon saat ini.

### **3.1.3. Adat Istiadat Masyarakat Cirebon**

Selain memiliki obyek wisata peninggalan sejarah masa lalu, Cirebon memiliki atraksi wisata budaya dan Tarian. Atraksi wisata yang berhubungan dengan Tradisi Keraton dan Masyarakat Cirebon adalah seperti pada Tabel berikut ini.

**TABEL III.1**  
**TRADISI KERATON DAN MASYARAKAT CIREBON**

No	NAMA	PENJELASAN
1.	Bubur Syura	Dilaksanakan setiap tanggal 10 Syura
2.	Apeman	Dilaksanakan setiap tanggal 15 Syafar
3.	Siraman Panjang	Dilaksanakan setiap tanggal 8 Mulud
4.	Hajat Sebrah, Ukup ke Astana Agung	Dilaksanakan setiap tanggal 11 Mulud
5.	Upacara Panjang Jimat	Dilaksanakan setiap tanggal 12 Mulud
6.	Rajaban	Dilaksanakan setiap tanggal 27 Rajab
7.	Nisfu Syaban	Dilaksanakan setiap tanggal 15 Ruwah
8.	Tadarusan	Dilaksanakan setiap tanggal 1 – 29 Ramadhan
9.	Khataman	Dilaksanakan setiap tanggal 30 Ramadhan
10.	Hajat Lebaran	Dilaksanakan setiap tanggal 1 Syawal
11.	Sekatenan	Dilaksanakan setiap tanggal 1 Syawal
12.	Garebeg Syawal	Dilaksanakan setiap tanggal 8 Syawal
13.	Siraman Gong Sekaten	Dilaksanakan setiap tanggal 8 Rayagung

Sumber : Dokumentasi Keraton Kasepuhan Cirebon

Beragam tarian dan musik khas Cirebon yang sangat spesifik juga melengkapi khasanah budaya Cirebon seperti yang terlihat pada tabel berikut ini.

**TABEL III.2**  
**TARIAN DAN MUSIK KHAS CIREBON**

No.	NAMA	PENJELASAN
1.	Tarian Panji dengan topeng warna putih	Menggambarkan manusia yang suci, pemimpin yang arif, adil dan bijaksana.
2.	Tari Tumenggung dengan topeng warna violet	Menggambarkan sikap kehidupan prajurit dan kepahlawan yang gagah berani dan bertanggung jawab.
3.	Tari Samba dengan topeng warna kuning.	Menggambarkan gemerlapnya kehidupan dunia, harta, wanita. Tari ini terlihat sangat lincah dan kaya akan gerak.
4.	Tari Kelana dengan topeng warna merah	Menggambarkan watak manusia serakah, angkara murka, mengkhalkan segala cara. Namun sebagai pemimpin ia kaya dan sangat tangguh.
5.	Tari Rumi yang dengan topeng warna merah jambu	Menggambarkan sikap kehidupan manusia secara samar-samar dengan mata biasa untuk menjadi manusia seutuhnya diperlukan kemampuan dan akal yang sempurna.
6.	Tari Tayub	Menggambarkan salah bentuk seni pergaulan di kalangan atas yang berfungsi sebagai menyambut tamu.

7.	Tari Jaran Lumping	Menggambarkan falsafah hidup yang luhur dengan cara pitutur.
8.	Tari Ronggeng Umbul	Menggambarkan tari pergaulan masyarakat biasa yang pada jaman dulunya keraton ikut mengawasi.
9.	Debus	Menggambarkan pertunjukan yang mutlak menggunakan kekuatan dan ketahanan fisik serta khusus unsur magic. Kesenian ini bermula dari Cirebon yang kemudian menyebar ke daerah lain seperti Banten.
10.	Tarling	Menggambarkan kesenian dengan alat musik utama gitar dan suling.

Sumber : Dokumentasi Keraton Cirebon

## 3.2. Gambaran Aspek Penawaran Wisata Kota Cirebon

### 3.2.1. Obyek wisata dan Atraksi Wisata

Potensi yang dimiliki oleh kota Cirebon berupa obyek wisata. Pada dasarnya obyek wisata adalah merupakan salah satu dari komponen penawaran wisata yang dapat dinikmati, dilihat sedemikian rupa hingga dapat menimbulkan daya tarik bagi orang yang melihatnya. Obyek wisata dapat berupa hasil dari kebudayaan, hasil dari ciptaan orang ataupun hasil dari ciptaan manusia itu sendiri yang mempunyai daya tarik sehingga orang-orang datang mengunjungi. Pada dasarnya yang dimaksud dengan obyek wisata adalah segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat (Pendit, 1999, 22).





Suatu obyek wisata yang apabila memiliki atraksi memikat akan menjadi tujuan wisata. Obyek wisata di Kota Cirebon merupakan obyek wisata budaya dan gambaran singkat mengenai masing-masing obyek wisata tersebut adalah :

#### **a. Keraton Kasepuhan**

Keraton Kasepuhan adalah peninggalan sejarah Kerajaan Islam yang merupakan pusat pemerintahan masa lalu. Keraton ini terletak di Kelurahan Kasepuhan Kecamatan Lemah Wungkuk yang merupakan Zona Perdagangan. Bangunan Keraton ini memiliki gaya arsitektur perpaduan antara Cina, Jawa dan Eropa. Pada tahun 1999 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Keraton ini berjumlah 41.320 pengunjung. Atraksi yang sering ditampilkan di Keraton ini adalah Peringatan Maulid Nabi Muhamad SAW yang merupakan event utama yang diselenggarakan tiap tahun, upacara tradisional lainnya seperti upacara peringatan di Bulan Sura. Fasilitas pendukung yang tersedia di Keraton ini adalah Museum yang berisi barang peninggalan sejarah dari Kesultanan terdahulu, Kantor Pengelola Keraton, Pemandu Wisata, Sanggar Tari, Tempat Pementasan Pertunjukan, Telepon umum, Toilet Umum, serta Tempat Parkir Kendaraan Pengunjung. Kondisi bangunan yang masih cukup baik karena berada di Zona Perdagangan jadi lokasi dekat dengan Pusat Pelayanan. Menurut Unterman, RK dalam bukunya *Accommodating The Pedestrian*, yang disebut dengan “dekat” dengan berjalan kaki adalah maksimal 500 meter (PSPA – ITB, 1991, III – 6) dan menurut Reynold, Jesse yang disebut jarak terdekat dengan menggunakan kendaraan roda 4 adalah 10 kilometer dan bila diatas 10 kilometer disebut dengan “jauh”, jarak terjauh adalah 50 kilometer (Reynold, 1976, 145).

**b. Keraton Kanoman**

Kerajaan Cirebon yang pada tahun 1662 di bagi menjadi Keraton Kanoman dan Keraton Kasepuhan oleh karena itu ciri-ciri khas keraton tidak jauh berbeda. Letaknya yang berada di Zona Perdagangan. Bangunan keraton ini berada di Kelurahan Pulasaren Kecamatan Pekalipan ini dalam tahun 1999 jumlah wisatawan yang berdatang berkunjung sebanyak 3.341 pengunjung. Atraksi yang ditampilkan disini sama dengan di Keraton Kasepuhan. Kondisi bangunan keraton masih cukup baik hanya terhalang oleh hiruk pikuknya pasar tradisional Kanoman yang cukup besar sehingga mengalahkan kemegahan bangunan keraton. Fasilitas yang tersedia : Museum Keraton, Pemandu Wisata, Telepon Umum, Toilet Umum, serta Tempat Parkir Kendaraan. Lokasinya dekat dengan Pusat Pelayanan.

**c. Keraton Kacirebonan**

Keraton ini merupakan pecahan dari keraton Kanoman, yang dulunya dikenal sebagai tempat untuk pendidikan agama Islam. Letak keraton di Kelurahan Jagasatru Kecamatan Pekalipan, masuk pada Zona Perdagangan sehingga lokasinya dekat dengan Pusat Pelayanan. Keraton yang saat ini digunakan sebagai Sekretariat Lembaga Kebudayaan Wilayah III Cirebon, kondisi bangunannya masih cukup baik. Pada tahun 1999 jumlah wisatawan yang datang sebanyak 1.130 pengunjung. Fasilitas pendukung yang tersedia di lokasi keraton adalah : tempat parkir kendaraan, telepon umum. Tidak ada atraksi yang ditampilkan dari keraton ini.

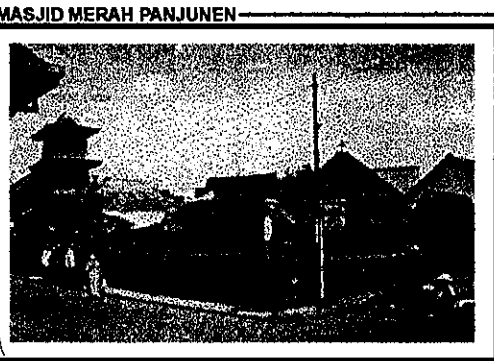
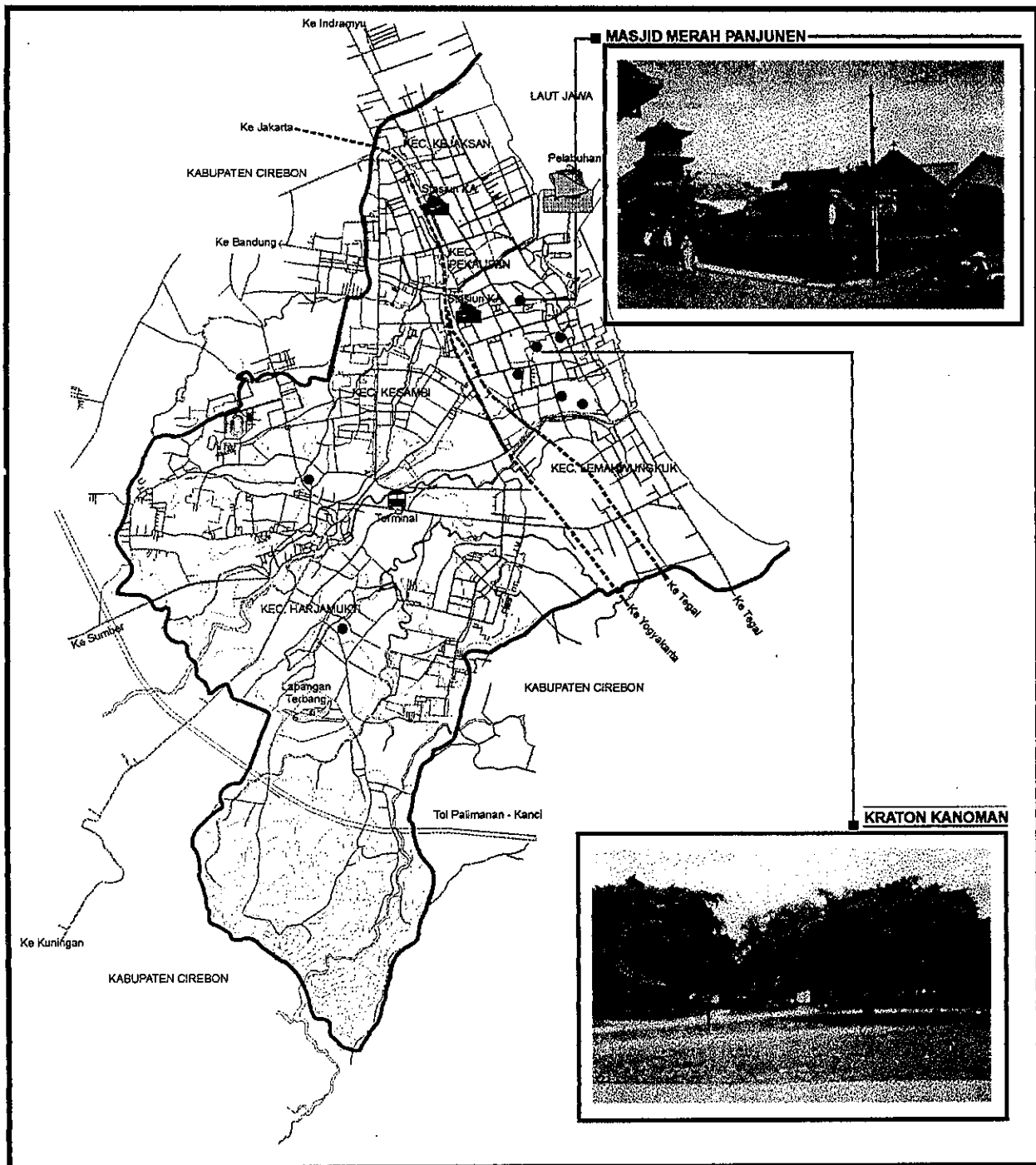
**d. Keraton Kaprabonan**


Sama seperti Keraton Kacirebonan yang merupakan hasil pembagian dari Keraton Kanoman. Keraton Kaprabonan terletak di Kelurahan Lemah Wungkuk Kecamatan








Lemah Wungkuk berada di Zona Perdagangan, sehingga dekat dengan Pusat Pelayanan. Saat ini Keraton Kaprabonan digunakan sebagai tempat tinggal kerabat Keraton sehingga tidak memiliki atraksi yang bisa ditampilkan. Jumlah pengunjung sebanyak 120 pengunjung dalam tahun 1999, bangunannya masih cukup baik.

**e. Masjid Sang Cipta Rasa Kasepuhan**

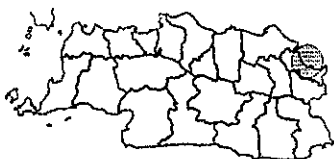
Masjid ini merupakan peninggalan Walisanga di masa lalu. Keunikan dari masjid ini adalah tidak memiliki Menara Masjid, serta bangunannya memiliki gaya arsitektur tersendiri. Letaknya di Kelurahan Kasepuhan Kecamatan Lemah Wungkuk dan berada di Zona Perdagangan sehingga dekat dengan Pusat Pelayanan. Pada tahun 1999 jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 2.931 pengunjung. Tidak ada atraksi yang ditampilkan disini. Perlengkapan fasilitas yang dimiliki adalah sebagaimana layaknya sebuah masjid sebagai kegiatan ibadah sehari-hari. Kondisi bangunan cukup terawat baik.



  
**PROGRAM PASCA SARJANA**  
**MAGISTER TEKNIK PEMBANGUNAN KOTA**  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
**TESIS**  
**KAJIAN KETERSEDIAAN KOMPONEN**  
**PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA**  
**SEBAGAI PENUNJANG PENGEMBANGAN**  
**PARIWISATA BUDAYA KOTA CIREBON**  
**PETA**  
**LOKASI OBYEK WISATA**  
**KOTA CIREBON**

- LEGENDA**
-  **BATAS KOTA/KABUPATEN**
  -  **BATAS KECAMATAN**
  -  **BATAS KELURAHAN**
  -  **SUNGAI**
  -  **KONTUR**
  -  **JALAN**
  -  **REL KERETA API**

**ORIENTASI LOKASI**




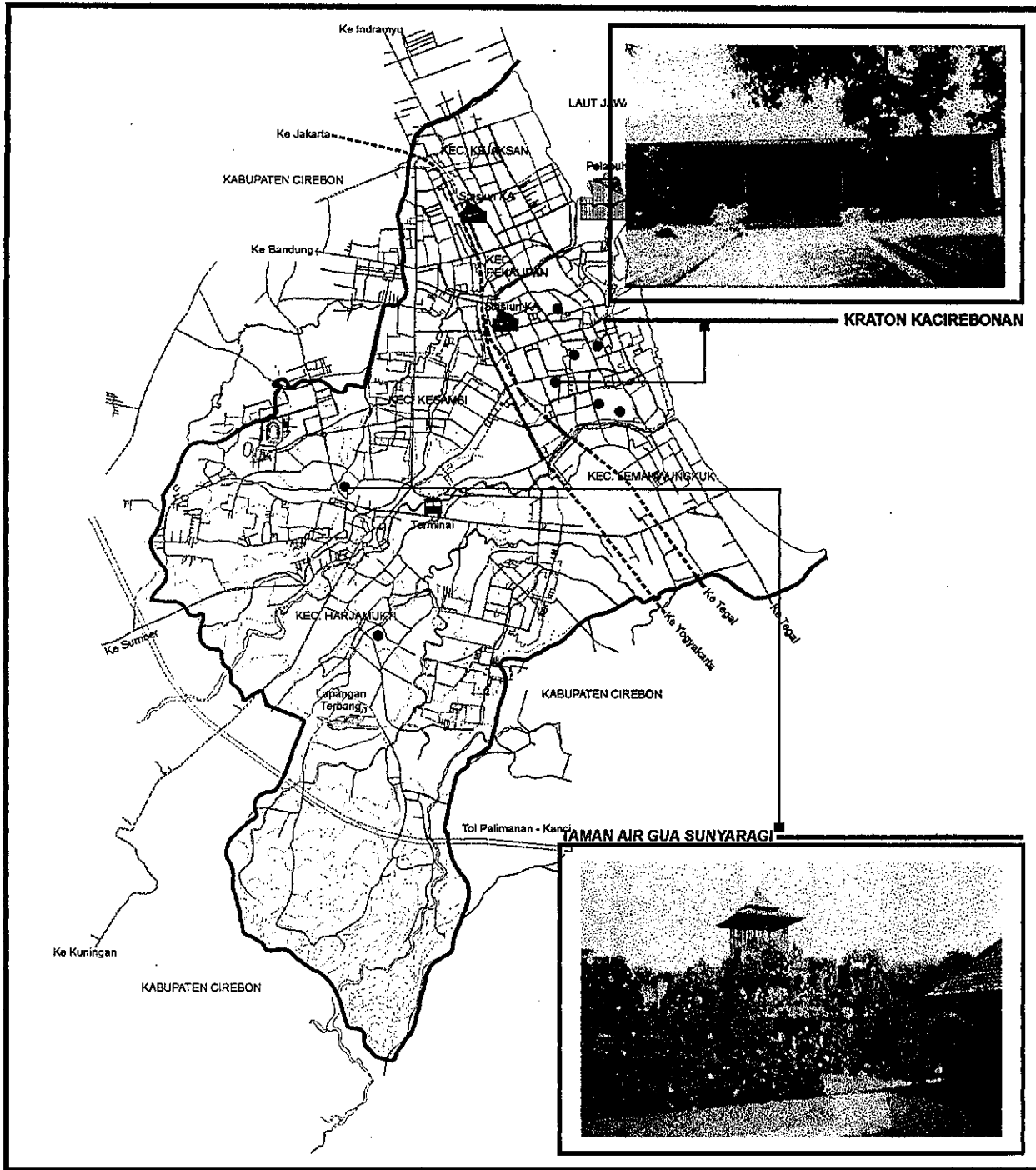
**SKALA**

0 500 1000 1500 2000m

**NOMOR GAMBAR**

**UTARA**



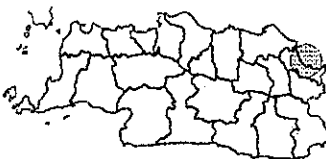



  
**PROGRAM PASCA SARJANA**  
**MAGISTER TEKNIK PEMBANGUNAN KOTA**  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
**TESIS**  
**KAJIAN KETERSEDIAAN KOMPONEN**  
**PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA**  
**SEBAGAI PENUNJANG PENGEMBANGAN**  
**PARIWISATA BUDAYA KOTA CIREBON**  
**PETA**  
**LOKASI OBYEK WISATA**  
**KOTA CIREBON**

**LEGENDA**

	BATAS KOTA/KABUPATEN
	BATAS KECAMATAN
	BATAS KELURAHAN
	SUNGAI
	KONTUR
	JALAN
	REL KERETA API

**ORIENTASI LOKASI**



<b>SKALA</b>	<b>UTARA</b>
0 500 1000 1500 2000m	
<b>NOMOR GAMBAR</b>	

**f. Masjid Merah Panjunan**

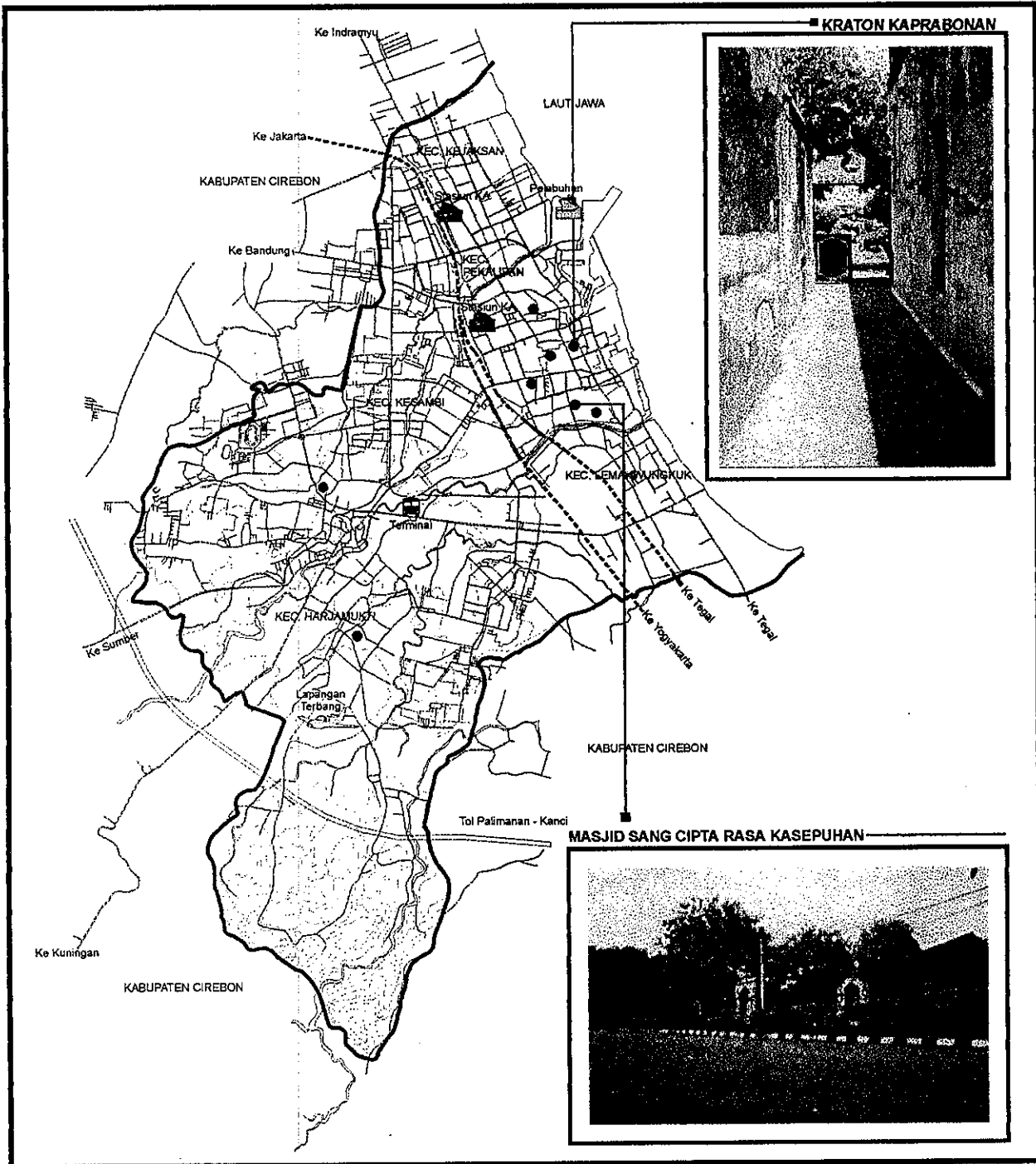
Usia masjid ini sama dengan masjid Sang Cipta Rasa Kasepuhan, bentuk bangunannya meskipun lebih kecil tapi model arsitekturnya sama. Letak di Kelurahan Panjunan Kecamatan Lemah Wungkuk, lokasinya berada di Zona Perdagangan sehingga dekat dengan pusat pelayanan. Tidak ada atraksi yang ditampilkan disini karena kegiatan sehari-harinya sebagai sebuah mesjid. Tahun 1999 jumlah wisawatan yang datang berkunjung sebanyak 104 berkunjung.


**g. Taman Air Gua Sunyaragi**








Tempat ini merupakan tempat melakukan meditasi dari para Sultan di masa lalu. Bangunan dengan Gaya Arsitektur Purba Letaknya di Kelurahan Sunyaragi Kecamatan Kesambi berada pada Zona Pendidikan dan Olahraga, sehingga letaknya berada 6,00 km dari Pusat Pelayanan. Pada tahun 1999 jumlah kujungan wisatawan ke lokasi ini sebanyak 13.590 pengunjung. Fasilitas yang tersedia di dalam kompleks Taman Air Gua Sunyaragi adalah ; tempat parkir kendaraan, tempat penyimpanan benda arkeologi, pemandu wisata, toilet umum, panggung pertunjukan terbuka kapasitas 1000 penonton, tempat makanan tradisional khas Cirebon, mushola dan kantor pengelola.

**h. Petilasan Sunan Kalijaga**

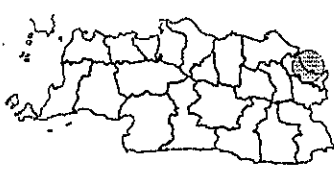
Tempat ini berupa Petilasan Sunan Kalijaga serta makam keramat para pengikutnya. Orang yang datang berkunjung ketempat ini untuk maksud berziarah. Berada di Kelurahan Kalijaga Kecamatan Harjamukti lokasinya di Zona Perumahan dengan jarak dari Pusat Pelayanan sekitar 6,50 km. Fasilitas penunjang di sekitar lokasi tidak ada.





  
**PROGRAM PASCA SARJANA**  
**MAGISTER TEKNIK PEMBANGUNAN KOTA**  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
**TESIS**  
**KAJIAN KETERSEDIAAN KOMPONEN**  
**PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA**  
**SEBAGAI PENUNJANG PENGEMBANGAN**  
**PARIWISATA BUDAYA KOTA CIREBON**  
**PETA**  
**LOKASI OBYEK WISATA**  
**KOTA CIREBON**

- LEGENDA**
-  **BATAS KOTA/KABUPATEN**
  -  **BATAS KECAMATAN**
  -  **BATAS KELURAHAN**
  -  **SUNGAI**
  -  **KONTUR**
  -  **JALAN**
  -  **REL KERETA API**

**ORIENTASI LOKASI**



<b>SKALA</b>	<b>UTARA</b>
	
<b>NOMOR GAMBAR</b>	

### 3.2.2. Fasilitas Akomodasi

Akomodasi merupakan tempat tinggal sementara bagi wisatawan selama perjalanan dengan harapan agar dapat memberikan kenyamanan serta menjamin kebutuhan untuk sementara waktu. Oleh karena itu akomodasi sangat penting dan dengan sendirinya sangat diperlukan. Fasilitas akomodasi yang ada di Kota Cirebon adalah sebanyak 7 buah Hotel Berbintang dan 43 Hotel Non Bintang. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh BPS Kota Cirebon tahun 1999 dengan perkembangan dari tahun 1989 hingga 1999 untuk jumlah hotel berbintang adalah 4,08% dengan jumlah kamar 464 buah dan tingkat hunian kamar sebesar 41,07%. Untuk hotel non bintang perkembangannya 2,66% dengan jumlah kamar 918 buah dan hunian kamar adalah 41,64%.

**TABEL III.3**  
**PERKEMBANGAN JUMLAH HOTEL BERBINTANG, JUMLAH KAMAR**  
**DAN TINGKAT HUNIAN KAMAR TAHUN 1989 – 1999**  
**DI KOTA CIREBON**

No.	TAHUN	JUMLAH HOTEL (bh)		JUMLAH KAMAR (bh)		TINGKAT HUNIAN KAMAR (%)	
		Bintang	Non Bintang	Bintang	Non Bintang	Bintang	Non Bintang
1.	1989	5	37	195	666	38,74	40,25
2.	1990	5	38	186	649	40,51	40,76
3.	1991	6	36	336	666	41,23	36,89
4.	1992	6	36	336	689	41,02	39,78
5.	1993	6	38	336	763	41,61	40,30
6.	1994	8	38	495	763	41,83	40,97
7.	1995	8	38	511	776	39,44	42,47
8.	1996	7	43	487	878	45,58	39,48
9.	1997	7	44	465	936	45,94	48,08
10.	1998	7	44	499	975	41,04	46,45
11.	1999	7	43	464	918	34,90	42,58

Sumber : Cirebon Dalam Angka 1999, BPS Kota Cirebon

### 3.2.3. Fasilitas Transportasi

Dalam melakukan perjalanan dari dan menuju lokasi obyek wisata moda angkutan merupakan sarana transportasi yang sangat diperlukan oleh para wisatawan. Alternatif moda angkutan yang menjadi pilihan bagi wisatawan, sangat mudah diperoleh, karena

banyaknya alternatif dari dan menuju kota Cirebon. Faktor angkutan dalam dunia pariwisata membutuhkan pula syarat-syarat tertentu antara lain : jalan yang bagus, lalu lintas yang lancar yang baik dan cepat (Pendit, 1999, 25).

Dalam menuju ke dan dari kota Cirebon moda angkutan yang dapat dipakai adalah :

#### a. Bis

Perusahaan Oto bis yang dimiliki oleh Kota Cirebon sebanyak 9 perusahaan dengan jumlah kendaraan sebanyak 492 bis yang terdiri dari 383 bis non AC dan 109 bis AC layanan penumpang selama 24 jam.

**TABEL III.4**  
**REALISASI RATA-RATA PERHARI JUMLAH ANGKUTAN BIS**  
**ASAL PEMBERANGKATAN KOTA CIREBON TAHUN 2000**

NO.	ASAL TUJUAN	ARMADA (buah)	JUMLAH RIT (kali)	TEMPAT DUDUK (buah)
1.	Cirebon – Ciledug	21	42	1.330
2.	Cirebon – Tegal	5	5	132
3.	Cirebon – Semarang	30	30	803
4.	Cirebon – Surabaya / Probolinggo	4	4	75
5.	Cirebon – Surabaya / Malang	2	2	38
6.	Cirebon – Ciamis / Tasikmalaya	35	33	536
7.	Cirebon – Sumedang / Bandung	88	96	2.646
8.	Cirebon – Sukabumi	14	14	445
9.	Cirebon – Bogor	6	6	173
10.	Cirebon – Pamanukan	94	186	2.160
11.	Cirebon – Jakarta	28	28	850
12.	Cirebon – Merak	53	53	1.443
13.	Cirebon – Labuhan / Malingping	5	5	165
	Jumlah	386	505	10.796

Sumber : DLLAJ Terminal Bis Harjamukti Cirebon, 2001.

#### b. Kereta Api

Seluruh trayek kereta api baik itu dari arah Jakarta maupun dari arah Surabaya / Yogyakarta berhenti di Cirebon dengan frekuensi tinggi. Khusus untuk jurusan Cirebon Jakarta dilayani tiga kali dalam seharinya pulang pergi.

### c. Kapal Laut

Kapal laut yang singgah di Pelabuhan Cirebon hanya dua kali dalam sebulan melayani Indonesia bagian Timur (Makasar).

### d. Pesawat Terbang

Pesawat terbang dengan pesawat CASSA melayani Jakarta Cirebon pulang pergi sudah tidak terjadwal lagi. Tahun sebelumnya layanan penumpang sebanyak 15 kali dalam sebulan.

Untuk pelayanan dalam kota moda angkutan untuk dapat dimanfaatkan adalah :

#### a. Angkutan kota (angkot)

Jumlah angkot yang beroperasi di kota Cirebon sebanyak 919 buah dengan jumlah trayek yang melalui dekat obyek wisata sebanyak 9 trayek seperti terlihat dalam tabel berikut ini.

**TABEL III.5**  
**JARINGAN TRAYEK ANGKOT YANG MELALUI**  
**OBJEK WISATA KOTA CIREBON TAHUN 1999**

NO	OBJEK WISATA	TRAYEK ANGKOT
1	Keraton Kasepuhan	D2 DAN D5
2	Keraton Kanoman	D2, D3, D4 dan D5
3	Keraton Kacirebonan	D2 dan D5
4	Keraton Kaprabonan	D2, D4 dan D5
5	Mesjid Merah	D3, D4 dan D6, D8
6	Mesjid Sang Cipta Rasa	D2 dan D5
7	Taman Air Gua Sunyaragi	D2, D3, D4, D7, D9 dan bis antar kota
8	Petilasan Sunan Kalijaga	D9

Sumber : Dinas LLAJ Kota Cirebon

**b. Taksi Sedan**

Ada dua perusahaan angkutan taksi sedan di Kota Cirebon dengan jumlah armada keseluruhan sebanyak 35 buah tahun keluaran 1992.

**3.2.4. Infrastruktur**

Infrastruktur yang dimaksud disini adalah prasarana umum yang menyangkut kebutuhan orang banyak, namun diperlukan juga untuk pariwisata. Sistem prasarana yang memadai sangat penting artinya bagi pengembangan pariwisata yang layak, sistem yang sudah ada bisa dimanfaatkan untuk hotel, restoran, terminal, stasiun, obyek wisata itu sendiri. Yang termasuk prasarana sarana sebagai penunjang pariwisata adalah stasiun, terminal, jalan raya, instalasi air bersih, air kotor, listrik dan telekomunikasi.

**a. Jaringan Air Kotor**

Jaringan air kotor yang melengkapi kota Cirebon telah menjangkau 6 (enam) obyek wisata yaitu : Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, Keraton Kacirebonan, Keraton Kaprabonan, Masjid Merah Panjunan, Masjid Sang Cipta Rasa Kasepuhan, sisanya dua obyek wisata belum tersedia.

**b. Jaringan Air Bersih**

Jaringan air bersih yang sudah menjangkau di 7 (tujuh) obyek wisata namun instalasi air yang menyambung ke obyek wisata baru 6(enam) lokasi, sisanya dua obyek belum mengalir yaitu di Taman Air Gua Sunyaragi dan Petilasan Sunan Kalijaga.

**c. Listrik**

Di kedelapan obyek wisata telah memiliki sambungan instalasi listrik.

#### d. Telekomunikasi

Perkembangan dalam telekomunikasi di Kota Cirebon meningkat 8,25% di tahun 2000 dari tahun sebelumnya (Monografi Kota Cirebon, 1999, 38). Berdasarkan keadaan di ke 8 (delapan) obyek wisata yang ada memiliki sambungan telepon, baru empat yang memiliki sambungan telepon yaitu : Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, Keraton Kaprabonan dan Keraton Kacirebonan.

#### e. Jaringan Jalan

Kualitas jalan sangat berpengaruh terhadap arus lalu lintas yang melewatinya. Sebagian besar jalan di Kota Cirebon permukaan jalannya sudah diaspal hanya sebagian selatan kota Cirebon belum diaspal dan masih menggunakan Sirtu yang dipadatkan sepanjang 3,10 km. Status jalan di Kota Cirebon terdiri atas ; jalan negara sepanjang 16,37 km, jalan propinsi sepanjang 6,33 km, dan jalan kota sepanjang 142,93 km. Jaringan jalan yang menuju obyek wisata menggunakan aspal hotmix. Berikut ini status jalan yang berada di depan lokasi obyek wisata seperti terlihat pada tabel berikut :

**TABEL III.6**  
**KONDISI JALAN YANG BERADA DI DEPAN LOKASI OBYEK WISATA**  
**TAHUN 1999**

NO	OBYEK WISATA	LEBAR JALAN	JENIS PERMUKAAN	STATUS JALAN
1	Keraton Kasepuhan	7 m	Aspal	Kota
2	Keraton Kanoman	15 m	Aspal	Kota
3	Keraton Kacirebonan	12,5 m	Aspal	Propinsi
4	Keraton Kaprabonan	10,5 m	Aspal	Kota
5	Mesjid Merah	5 m	Aspal	Kota
6	Mesjid Sang Cipta Rasa	7 m	Aspal	Kota
7	Taman Air Gua Sunyaragi	20 m	Aspal	Negara
8	Petilasan Sunan Kalijaga	5 m	Aspal	Kota

Sumber : Dinas Bina Marga Kota Cirebon

**f. Stasiun Kereta Api**

Kota Cirebon terdapat 2 (dua) buah stasiun kereta api yaitu stasiun Kereta Api Kejaksan yang melayani Kereta Api kelas utama dan stasiun kereta api Perujakan yang melayani kereta api kelas ekonomi. Seluruh trayek kereta api dengan jurusan ke Jakarta, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Kediri, dan Malang berhenti di Stasiun Cirebon. Lokasi stasiun kereta tersebut terletak di tengah kota dan dilewati oleh angkutan kota sehingga memudahkan untuk mendatangi.

**g. Stasiun Bis**

Berada di jalur jalan arteri kota Cirebon, stasiun bis type A dengan pelayanan trayek jalur lintas dan trayek asal keberangkatan melayani penumpang selama 24 jam sehari.

**h. Pelabuhan Laut**

Pelabuhan laut yang mempunyai kedalaman kolam 7,5 m dan dapat disinggahi dengan bobot volume kapal sampai dengan 10.000 dwt (sekelas KM. Ciremai) melayani kapal penumpang 2 kali dalam sebulan. Letaknya berdekatan dengan Zona Perdagangan sehingga dekat dengan pusat pelayanan dan berada di jalur jalan antara kota ke arah Jawa Tengah. Selain itu lokasinya dilewati oleh jalur angkutan kota.

**i. Pelabuhan udara**

Pelabuhan udara Penggung Cirebon yang berfungsi untuk menyelenggarakan pelayanan lalu lintas udara belum optimal pemanfaatannya. Karena tidak memiliki penerbangan reguler yang terjadwal. Pesawat yang hanya bisa mendarat sejenis CASSA. Memiliki fasilitas penunjang yang cukup lengkap seperti : runway sepanjang 1.270 m selebar 30 m dengan kualitas aspal beton, Apron, Taxiway, Terminal Penumpang, Menara Kontrol, letaknya berada di tepi jalan Cirebon-Kuningan.

### **3.2.5. Fasilitas Pendukung Lainnya**

Fasilitas pendukung lainnya adalah merupakan fasilitas yang berada di dalam maupun di luar obyek wisata. Fasilitas ini cenderung mendukung, bukan mendorong pertumbuhan. Pelayanan dan fasilitas cenderung menambah suatu daya tarik obyek wisata, fasilitas pendukung tersedia maka berkembangnya suatu obyek wisata semakin cepat.

#### **a. Pasar Tradisional dan Pusat Perbelanjaan**

Tingkat perkembangan daerah sebagai pusat pertumbuhan tidak terlepas dari sarana dan prasarana yang tersedia dan aktifitas yang berlangsung. Keberadaan pasar dan pusat perbelanjaan termasuk penentu terhadap aktifitas jual beli dan jasa dengan segala kelengkapan berdasarkan data yang ada jumlah pasar tradisional sebanyak 13 buah dan pusat perbelanjaan 7 buah.

#### **b. Sarana Kesehatan**

Pelayanan kesehatan di kota Cirebon memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini disebabkan jangkauan pelayanannya selain melayani Wilayah Pembangunan III Jawa Barat tetapi juga sebagian Wilayah Jawa Tengah. Rumah Sakit Umum Daerah Cirebon berfungsi juga sebagai Rumah Sakit Umum Pendidikan bagi sebuah Universitas di Jakarta. Adapun sarana pelayanan kesehatan yang ada berupa rumah sakit umum sebanyak 6 buah dan apotik sebanyak 31 buah.

#### **c. Sarana Perbankan dan Keuangan**

Perekonomian yang dominan di Kota Cirebon adalah sarana perdagangan dan jasa. Hal ini karena kegiatan utama masyarakat Cirebon adalah dalam bidang perdagangan jasa. Kondisi ini didukung oleh sarana keuangan dan perbankan yang ada sebanyak 4 Bank Umum pemerintah dan 18 Bank Umum Swasta.

#### d. Restoran

Restoran atau rumah makan yang ada di Kota Cirebon cukup variatif dan sebagian besar merupakan makanan Indonesia. Jumlah rumah makan atau restoran saat ini 45 buah.

### 3.3. Gambaran Umum Komponen Permintaan Wisata Kota Cirebon

#### 3.3.1. Jumlah Dan Perkembangan Wisatawan

Krisis ekonomi yang melanda beberapa negara di Asia memberikan dampak pengaruhnya terhadap wisatawan nusantara. Jumlah kunjungan wisatawan sangat menurun drastis. Namun kiranya kondisi ini tidak menimbulkan suatu sikap pesimistik dalam menghadapi perkembangan yang terjadi, dengan sikap optimistik untuk melakukan perbaikan dalam segala hal. Diharapkan sektor Pariwisata bisa bertambah dan bangkit kembali, karena peranan pariwisata sangat besar sekali pengaruhnya terhadap perkembangan suatu daerah. Kunjungan wisatawan yang datang berkunjung ke Kota Cirebon juga turut terkena dampaknya seperti yang tercantum dalam tabel berikut ini.

**TABEL III.7**  
**JUMLAH WISATAWAN YANG BERKUNJUNG DI KOTA CIREBON**  
**TAHUN 1990 s/d TAHUN 1999**

NO.	TAHUN	WISATAWAN MANCANEGERA	WISATAWAN NUSANTARA
1.	1990	9.609	524.163
2.	1991	14.113	315.877
3.	1992	18.236	417.168
4.	1993	7.706	394.712
5.	1994	14.890	339.754
6.	1995	32.759	357.731
7.	1996	28.798	309.528
8.	1997	23.978	275.938
9.	1998	9.969	214.325
10.	1999	7.631	201.823

Sumber ; Dinas Pariwisata Kota Cirebon

### 3.3.2. Karakteristik Wisatawan

Karakteristik wisatawan dalam hal ini adalah umur wisatawan, pekerjaan wisatawan itu sendiri dan asal kedatangan daerah wisatawan.

- a. Umur wisatawan manca negara didominasi umur antara 26 – 35 tahun sebesar 32,50% kemudian umur antara 46 – 55 tahun 17,50 % umur antara 36, 45 tahun dan umur antara 56 – 65 tahun sebesar 15%, lainnya adalah umur antara 66 – 75 tahun, 18 – 25 tahun sebesar 2,5 % dan 1,5%. Untuk wisatawan Nusantara urutannya adalah sebagai berikut : umur antara 26 – 35 tahun sebesar 26,6% umur antara 18 – 25 tahun sebesar 25% umur antara 36 – 45 tahun sebesar 20% dan lainnya adalah sebesar 13 % untuk umur antara 56 – 65 tahun dan umur antara 0 – 17 tahun.

**TABEL III.8**  
**UMUR WISATAWAN**

NO	UMUR Tahun	WISATAWAN (%)	WISNUS (%)
1	.. – 17	-	13,00
2	18 – 25	1,50	25,00
3	26 – 35	17,50	26,60
4	36 – 40	15,00	20,00
5	46 – 55	17,50	13,30
6	66 – 75	2,50	1,80

- b. Asal daerah kedatangan wisatawan manca negara adalah urutannya sebagai berikut : Belanda sebesar 30%, Australia 12,5%, Jerman 7,5%, Jepang, Kanada, Amerika, Inggris, Perancis, Spanyol, Austria, Denmark sebesar 5% dan sisanya Selandia Baru, Irlandia, Polandia, dan Italia sebesar 2,5% Untuk wisatawan Nusantara asal daerah kedatangannya adalah Jakarta, 25,5%, Bandung 20%, Bogor, Majalengka, 8,3% Yogyakarta, Tegal, Surabaya 5%, Serang dan Solo 3,3%. Kelompok akhir adalah Pontianak, Temanggung, Garut, Kuningan, Manado, Makasar, Tasikmalaya, Banyuwangi, Bekasi sebesar 1,7%.

**TABEL III.9  
ASAL DAERAH WISATAWAN**

No	ASAL	WISMAN (%)	No	ASAL	WISNUS (%)
1	Belanda	30,00	1	Jakarta	25,50
2	Australia	12,50	2	Bandung	20,00
3	Jerman	7,50	3	Bogor, Manajengka,	16,60
4	Jepang, Kanada, Amerika, Perancis, Spanyol, Australia, Denmark	40,00	4	Jogja, Tegal, Surabaya	15,00
5	Selandia Baru, Irlandia, Polandia, Itsli	10,00	5	Serang, Solo	6,60
			6	Pontianak, Garut, Makasr, Banyuwangi, Bekasi dll	15,30

- c. Untuk jenis pekerjaan wisawatan wisatawan mancanegara sebesar 30% adalah wiraswasta, 22,5% adalah pegawai swasta, 10% adalah pelajar, 5% adalah ibu rumah tangga dan sisanya adalah pensiunan dan lain-lain sebesar 32,5%. Sedangkan jenis pekerjaan wisatawan Nusantara adalah pelajar 33,3 %, pegawai swasta 26,7%, wiraswasata 16,7% pegawai negeri 15% dan ibu rumah tangga 8,3%.

**TABEL III.10  
JENIS PEKERJAAN**

NO	JENIS PEKERJAAN	WISATAWAN (%)	WISNUS (%)
1	Wiraswasta	30,00	16,70
2	Pegawai Swasta	22,50	26,70
3	Pelajar	10,00	33,30
4	Ibu Rumah Tangga	5,00	8,30
5	Pensiunan	32,50	-
6	Pegawai Negeri	-	15,00

### 3.3.3. Pola perjalanan wisatawan

Dalam hal ini terdiri atas maksud kunjungan pengaturan perjalanan dan kota yang dikunjungi sebelum ke kota Cirebon serta pengaturan perjalanan.

a. Maksud Kunjungan

Mengenai maksud kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan dari hasil survei primer yang telah dilakukan terlihat bahwa wisatawan mancanegara 75% menyatakan maksudnya untuk berlibur, 17,5% untuk bisnis, 5% menyatakan mengadakan pertemuan dan 2,5% menyatakan kunjungan keluarga. Untuk wisatawan Nusantara kunjungan untuk berlibur sebesar 68,3% mengunjungi teman sebesar 11,6% berziarah sebesar 8,5% mengadakan pertemuan 6,6% dan keperluan bisnis sebesar 5%.

**TABEL III.11**  
**MAKSUD KUNJUNGAN**

No	MAKSUD	WISMAN (%)	WISNU (%)
1	Berlibur	75,00	68,30
2	Bisnis	17,50	5,00
3	Pertemuan	5,00	6,60
4	Kunjungan Keluarga	2,50	11,60
5	Ziarah	-	8,50

b. Kota yang dikunjungi sebelum ke kota Cirebon

Dalam perjalanan kunjungan wisata ke kota Cirebon sebelumnya mereka singgah di kota:

- Wisatawan mancanegara melalui Jakarta, 67,5%, Yogyakarta 22,5%, Bandung, Surabaya, Indramayu, Kuningan sebesar 2,5%.
- Wisatawan Nusantara melalui Jakarta, 28,3%, Bandung 16,7%, Kuningan 11,6%, Semarang 8,3%, Tegal 6,7%, Yogyakarta 5% dan lainnya sebesar 1,7% dari Sumedang, Banten, Tasikmalaya, Surabaya, Demak dan Temanggung.

**TABEL III.12  
ASAL DAERAH WISATAWAN**

No	KOTA ASAL	WISMAN	No	KOTA ASAL	WISNUS
1	Jakarta	67,50	1	Jakarta	28,30
2	Jogja	22,50	2	Bandung	16,70
3	Bandung-Surabaya, Inderamayu, Kuningan	2,50	3	Kuningan	11,60
			4	Semarang	8,30
			5	Tegal	6,70
			6	Jogja	5,00
			7	Banten, Tasik, Surabaya, Demak dll	23,40

c. Pengaturan Perjalanan

Dalam perjalanannya bagi yang belum pernah berpengalaman dalam menuju ke suatu tempat yang akan dikunjungi bisa mempergunakan jasa biro perjalanan wisata. Tetapi yang sering bepergian tanpa melalui biro perjalanan wisata merupakan suatu pengalaman tersendiri yang menarik. Wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke Kota Cirebon 92,5% pergi sendiri, dan 7,5% menggunakan jasa biro perjalanan. Demikian terhadap wisatawan Nusantara terlihat 96,6% pergi sendiri dan 3,4 % melalui biro perjalanan.

**TABEL III.13  
PENGATURAN PERJALANAN**

No	MAKSUD	WISMAN (%)	WISNU (%)
1	Pergi sendiri	92,50	96,60
2	Biro Perjalanan	7,50	3,40

**3.4. Gambaran Arah Kebijakan Pengembangan Pariwisata Kota Cirebon**

Berdasarkan Laporan Akhir RIP Pariwisata Kota Cirebon Tahun 1998 Kebijakan Pengembangan Pariwisata Kota Cirebon adalah :

a. Peningkatan Promosi

Peningkatan Promosi yang dilakukan adalah dengan mengembangkan dan mengelola asset produk wisata melalui pemberdayaan aset penggerak wisata seperti pelajar dan remaja. Mekanisme pengelolaan dilakukan melalui kerjasama antara investor, Kepala Sekolah yang difasilitasi oleh Dinas Pendidikan dan Dinas Pariwisata.

b. Pengembangan Mitra Kerja antara Pemerintah Daerah dan Swasta

Pengelolaan obyek wisata yang masih dikelola oleh Pemerintah Daerah dilakukan kerjasama dengan pihak swasta.

c. Meningkatkan Kualitas Fasilitas Penunjang Wisata

Fasilitas Penunjang seperti penginapan, hotel, restoran yang sudah cukup memadai agar lebih ditingkatkan tentang pelayanannya terutama yang menyangkut kualitas sumber daya manusia.

d. Pengembangan Pusat Informasi Pariwisata

Melalui informasi ini maka secara tidak langsung proses promosi pariwisata akan berjalan dengan sendirinya.

(Bappeda Kota Cirebon, 1998, 6-7).

## **BAB IV**

### **ANALISIS KOMPONEN WISATA YANG BERKAITAN DENGAN KEPARIWISATAAN KOTA CIREBON**

Seperti yang tercantum pada Kerangka Pemikiran Studi, penilaian terhadap komponen wisata yang berkaitan dengan kepariwisataan Kota Cirebon. Dilakukan dengan menganalisis terhadap Komponen Permintaan dan Penawaran wisata. Analisis terhadap Komponen Permintaan Wisata adalah untuk mengetahui Pola Permintaan Wisatawan terhadap Produk Wisata yang ditawarkan. Analisis terhadap Komponen Penawaran Wisata adalah untuk mengetahui kondisi dari produk wisata yang ada terhadap kepariwisataan yang ada. Masing-masing unsur yang terdapat pada komponen produk wisata saling tergantung semuanya, sehingga bila akan dikembangkan perlu dilakukan secara bersama-sama dan terpadu (Spillane, 1994, 63) Oleh karena itu bobot masing-masing unsur komponen produk wisata adalah sama.

#### **4.1. Analisis Komponen Penawaran**

Obyek pariwisata dan segala atraksinya yang diperlihatkan merupakan daya tarik utama, mengapa seseorang datang berkunjung pada suatu tempat. Oleh karena itu dengan adanya faktor yang berpengaruh yang dimiliki obyek wisata akan tercipta adanya daya tarik dari suatu obyek wisata. Faktor yang berpengaruh adalah komponen produk wisata yang terdiri dari :

#### 4.1.1. Atraksi Wisata

Jenis Atraksi Wisata dikelompokkan menjadi 3 (tiga) yaitu Atraksi Wisata Alam, Atraksi Wisata Buatan Manusia dan Atraksi Wisata Budaya. Untuk Kota Cirebon, atraksi wisata dari ke 8 (delapan) obyek wisata merupakan Atraksi Wisata Budaya yang berupa bangunan peninggalan sejarah seperti Keraton, Masjid Kuno dan Petilasan Wali Songo.

Dari ke 8 (delapan) obyek wisata tersebut, ternyata berdasarkan data tahun 1999, Keraton Kasepuhan merupakan obyek wisata budaya yang paling banyak dikunjungi wisatawan yaitu sebanyak 41.320 wisatawan atau 63% dari total wisatawan yang datang berkunjung pada ke 8 (delapan) obyek wisata yang ada. Peringkat kedua terbanyak adalah pada obyek wisata Taman Air Gua Sunyaragi yaitu sebanyak 13.590 wisatawan atau sekitar 20,39%. Yang paling sedikit adalah Masjid Merah Panjunan sekitar 104 orang atau 0,16%.

**TABEL IV.1**  
**ANALISIS ATRAKSI WISATA**

No	JENIS ATRAKSI WISATA	PENJELASAN	NILAI		SKOR
			T	R	
	Atraksi Wisata Budaya	Dari ke 8 obyek wisata, hanya 2 obyek wisata yang banyak menerima kunjungan wisatawan dan 6 obyek wisata yang rendah kunjungannya wisatawannya.			
		a. Keraton Kasepuhan 63,83%	T		2
		b. Keraton Kanoman 5,16%	-	R	1
		c. Keraton Kacirebonan 1,74%	-	R	1
		d. Keraton Kaprabonan 0,18%	-	R	1
		e. Masjid Merah Panjunan 0,16%	-	R	1
		f. Masjid Sang Cipta Rasa Kasepuhan 4,53%	-	R	1
		g. Taman Air Gua Sunyaragi 21%	-	R	1
		h. Petilasan Sunan Kalijaga 3,40%	-	R	1
		<b>Jumlah</b>			<b>9</b>

Sumber : Lampiran G

Keterangan :

T = Tinggi

R = Rendah

Skor : Tinggi (T) = 2

Skor : Rendah (R) = 1

Banyaknya wisatawan yang datang pada obyek wisata tersebut disebabkan karena pencapaian menuju lokasi obyek wisata tersebut sangat mudah serta ketersediaannya fasilitas pendukung didalam obyek wisata.

#### 4.1.2. Akomodasi

Usaha penginapan tumbuh dengan adanya orang berpergian yang memerlukan jasa penginapan. Munculnya tempat penginapan adalah dimana orang yang berpergian itu datang melalui alat angkutan penumpang seperti Kereta Api dan Bis, serta dimana pintu masuk pertama kali orang itu datang dengan menggunakan kendaraan pribadi atau sewa. Di Kota Cirebon lokasi tempat beradaya penginapan dimulai arah masuk dari Bandung yang berada di Jalan Kartini. Di dekat Stasiun Kerata Api Kejaksan dan arah masuk dari Inderamayu yaitu di jalan Siliwangi Disekitar Stasiun Bis Harjamukti. Jumlah tempat menginap berupa Hotel Berbintang sebanyak 7 (tujuh) buah dan Hotel Non Bintang sebanyak 43 (empat puluh tiga) buah. Dengan jumlah kamar Hotel berbintang sebanyak 464 buah, tingkat hunian 34,90% untuk tahun 1999 dan jumlah kamar Hotel Non Bintang sebanyak 918 buah, tingkat hunian 42,58% untuk tahun 1999 rata-rata tingkat hunian kamar sejak tahun 1989 - 1999 untuk hotel berbintang 41,07% dan hotel non bintang 41,64%.

Tingkat hunian kamar yang rendah adalah antara 0% - 41%%, dan tingkat hunian kamar yang tinggi adalah 41% ke atas (Prastowo, 2000, 108). Sedangkan tingkat rata-rata hunian kamar hotel di Indonesia tahun 1999 mencapai 44,28% meliputi Pulau Jawa 38,41% antara lain DKI Jakarta 42,6%, Jogjakarta

47,62%, Bali 63,25%, Pulau Sumatera 41,77% dan Kawasan Timur Indonesia 40,78% (Direkturat Jenderal Pariwisata, 1999,9). Dengan tingkat hunian kamar hotel Berbintang dan Hotel Non Bintang sejak tahun 1989 – 1999 di Kota Cirebon yang selalu berada di atas 41% (Tabel III.5), maka nilai untuk akomodasi dikategorikan tinggi.

**TABEL IV.2**  
**ANALISIS AKOMODASI**

No.	JENIS AKOMODASI	PENJELASAN	NILAI		Skor
			T	R	
1.	Hotel berbintang dan Hotel Non Bintang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena tingkat hunian kamar hotel berbintang dan hotel non bintang berada di atas 41%, maka mempunyai nilai tinggi.</li> <li>- Hotel Berbintang</li> <li>- Hotel Non Bintang</li> </ul>		-	
			T	-	2
			T	-	2
Jumlah				-	4

Sumber : Lampiran G

Keterangan :

T = Tinggi

R = Rendah

Skor : Tinggi (T) = 2

Skor : Rendah (R) = 1

#### 4.1.3. Transportasi

Wisatawan melakukan perjalanan dengan beragam moda angkutan. Dengan semakin berkembang dan meningkatnya jumlah sarana transportasi, telah mampu mendorong kemajuan kepariwisataan dan berkaitan dengan itu transportasi telah menciptakan permintaan akan pemenuhan kebutuhan wisatawan. Dengan demikian banyak macam moda angkutan semakin banyak memberikan alternatif bagi wisatawan untuk mengunjungi kesuatu tempat. Untuk menuju dan dari kota Cirebon, selain menggunakan kendaraan pribadi atau kendaraan sewa, alat angkut penumpang lainnya yang dapat dipergunakan adalah berupa : Bis, Kereta Api, Kapal Laut dan Pesawat terbang.

**a. Bis**

Jumlah armada Bis yang dimiliki 9 (sembilan) Perusahaan Bis Kota Cirebon berjumlah keseluruhannya adalah sebanyak 492 bis dengan 383 Bis Non AC dan 109 Bis AC. Dari realisasi rata-rata perhari jumlah Bis asal tujuan yang diberangkatkan dari Stasiun Bis Cirebon sebanyak 386 Bis. Maka jumlah Bis yang ada sangat mencukupi, oleh karena itu memperoleh nilai tinggi.

**b. Kereta Api**

Seluruh trayek Kereta Api yang melewati Cirebon akan singgah dengan waktu yang terjadwal setiap harinya selama 24 jam penuh. Trayek Jakarta – Cirebon dilayani dalam 3 kali setiap harinya pulang pergi, sehingga frekuensi Kereta Api sangat tinggi untuk dapat melayani penumpang. Bila Jakarta adalah merupakan pintu gerbang utama wisatawan masuk ke Indonesia, maka Kereta Api merupakan salah satu alternatif moda angkutan yang paling baik menuju ke Cirebon. Oleh karena itu memperoleh nilai Tinggi.

**c. Kapal Laut**

Kapal laut yang singgah di pelabuhan Muara Jati Cirebon hanya 1 (satu) buah kapal dengan frekuensi 2 (dua) kali dalam sebulan. Meskipun sejak tahun 1995 hingga 1999, setiap tahunnya kapal pesiar dari luar negeri singgah di Cirebon. Oleh karena frekuensi dan jumlah kedatangan kapal laut di Pelabuhan Muara Jati Cirebon sangat sedikit maka memperoleh nilai Rendah.

#### **d. Pesawat Terbang**

Pesawat terbang saat ini sudah tidak mempunyai lagi jadwal penerbangan reguler. Trayeknya adalah Cirebon Jakarta pulang pergi. Pada tahun sebelumnya yaitu di tahun 1999 masih ada jadwal penerbangan Cirebon Jakarta sebanyak 15 kali dalam sebulan. Oleh karena itu nilai yang diperolehnya adalah Rendah.

Sedangkan moda angkutan untuk didalam kota Cirebon, alternatif yang dapat digunakan selain menggunakan kendaraan pribadi atau kendaraan sewa adalah; taksi sedan, moda angkota kota, becak.

#### **a. Angkutan Kota**

Angkutan kota (angkot) yang ada di Kota Cirebon berjumlah sebanyak 919 buah dengan jumlah trayek sebanyak 10 (sepuluh). Angkutan kota yang berupa kendaraan minivan tersebut, trayek yang melalui atau dekat melalui obyek wisata adalah ;

- 1 (satu) trayek melintasi Petilasan Sunan Kalijaga.
- 2 (dua) trayek melintasi dekat obyek wisata Keraton Kasepuhan, Keraton Kacirebonan dan Masjid Sang Cipta Rasa Kasepuhan.
- 3 (tiga) trayek melintasi dekat obyek wisata Keraton Kaprabonan.
- 4 (empat) trayek melintasi dekat obyek wisata Keraton Kanoman, Masjid Merah panjunan.
- 5 (lima) trayek melintasi obyek wisata Taman Air Gua Sunyaragi.

Karena lebih dari separuh obyek wisata yang ada di Kota Cirebon dilalui oleh lebih dari 2(dua) trayek angkutan kota maka memperoleh nilai tinggi.

#### b. Taksi Sedan

Di Cirebon yang saat ini mempunyai 2 (dua) buah perusahaan Taksi. Jumlah kendaraan sedan taksi seluruhnya 35 buah dengan tahun pembuatannya tahun 1992. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa dalam satu tahun jumlah pesanan taksi per telpon sebesar 30% tidak terlayani dan dalam 1 tahun jumlah setoran dari supir taksi yang tidak dapat memenuhi setoran sebesar 1% oleh karena itu mempunyai nilai tinggi.

Melihat sejumlah moda angkutan yang dapat dipergunakan oleh wisatawan yang ingin menuju dan dari kota Cirebon, sarana transportasi yang dapat dipergunakan dapat menjadi pilihan mereka. Demikian juga dengan sarana transportasi didalam kota Cirebon, mempunyai tingkat kemudahan yang tinggi dalam pencapaiannya menuju tempat obyek wisata.

**TABEL IV.3**  
**ANALISIS TRANSPORTASI**

No.	JENIS TRANSPORTASI	PENJELASAN	NILAI		Skor
			T	R	
1.	Angkutan Kota (Angkot).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dari 10 (sepuluh) trayek angkutan kota yang berupa mini-van, dengan jumlah kendaraan sebanyak 919 buah lokasi obyek wisata yang terlayani adalah 4 obyek wisata dilayani paling banyak 2 trayek dan 4 obyek wisata lainnya dengan 3 s/d 5 trayek dengan frekuensi cukup tinggi. Kondisi fisik kendaraan sangat baik sehingga bila digunakan untuk wisatawan tidak bermasalah.</li> </ul>	T	-	2
2.	Taksi sedan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Di Kota Cirebon saat ini beroperasi 2 Perusahaan Taksi dengan jumlah kendaraan sebanyak 35 bh.</li> </ul>	T	-	2
3.	Bis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Di Kota Cirebon beroperasi 9 (sembilan) perusahaan Bis. Jumlah terdiri dari 285 Bis</li> </ul>	T	-	2

		Non AC dan 109 Bis AC.		
4.	Kereta Api	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trayek yang dijalani ke Jakarta, Bandung, Kuningan, Tegal, Semarang.</li> <li>• 7 trayek Kereta Api liwat Semarang PP</li> <li>• 6 trayek Kereta Api liwat Yogya PP</li> <li>• 3 trayek Kereta Api Jakarta – Cirebon PP</li> </ul>	T	2
5.	Pesawat Terbang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trayek Cirebon – Jakarta dengan tidak terjadwal 15 kali per bulan.</li> </ul>	-	R
6.	Kapal Laut	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trayek ke Indonesia Timur 2 kali dalam sebulan.</li> </ul>	-	R
Jumlah				10

Sumber : Lampiran G

Keterangan :

T = Tinggi

R = Rendah

Skor : Tinggi (T) = 2

Skor : Rendah (R) = 1

#### 4.1.4. Infrastruktur

Infrastruktur merupakan salah satu kebutuhan bagi kepariwisataan. Karena Pariwisata memerlukan prasarana ekonomi seperti; Jalan Raya, Stasiun Bis, Stasiun Kereta Api serta Pelabuhan Laut dan Udara. Disamping itu diperlukan pula prasarana yang bersifat keperluan publik seperti; listrik, air bersih, telekomunikasi. Semakin meluas dan meningkatnya kualitas jalan, maka semakin meningkatnya jumlah dan frekuensi orang melakukan perjalanan wisata. Infrastruktur dalam perkembangannya adalah merupakan tanggung jawab pemerintah, pemenuhannya merupakan salah satu cara untuk menciptakan suasana yang cocok bagi perkembangan pariwisata.

##### a. Air Bersih

Jaringan distribusi air bersih yang ada di Kota Cirebon menjangkau pada ke 7 (tujuh) obyek wisata yang ada, namun demikian sambungan instalasi air bersihnya hanya pada 6 (enam) obyek wisata yang ada, sisanya 2 (dua) obyek

wisata tidak memiliki sambungan air bersih yaitu Petilasan Sunan Kalijaga dan Taman Air Gua Sunyaragi. Karena di ke 7 (tujuh) obyek wisata terdapat distribusi air bersih maka memperoleh nilai Tinggi, dan karena lebih dari separuh obyek wisata memiliki sambungan air bersih memperoleh nilai Tinggi.

**b. Listrik**

Jaringan distribusi listrik yang ada di Kota Cirebon menjangkau pada ke 8 (delapan) obyek wisata yang ada; namun demikian juga di ke 8 (delapan) obyek wisata yang ada tersebut memiliki sambungan instalasi listrik. Oleh karena di ke 8 (delapan) obyek wisata tersebut memiliki distribusi listrik serta di ke 8 (delapan) obyek wisata tersebut memiliki sambungan instalasi listrik maka memperoleh nilai Tinggi.

**c. Telekomunikasi**

Jaringan distribusi telekomunikasi PT. Telkom yang ada di Kota Cirebon menjangkau pada ke 8 (delapan) obyek wisata, dan sambungan instalasi Telepon hanya pada 4 (empat) obyek wisata, sisanya sebanyak 4 (empat) obyek wisata tidak memiliki sambungan telepon yaitu petilasan Sunan Kalijaga, Taman Air Gua Sunyaragi, Masjid Merah Panjunan dan Masjid Agung Sang Cipta Rasa. Oleh karena separuhnya dari jumlah obyek wisata memiliki sambungan instalasi telepon maka memperoleh nilai Tinggi dan

diseluruh obyek wisata terdapat distribusi saluran instalasi telekomunikasi maka memperoleh nilai Tinggi.

**d. Jaringan Air Kotor**

Jaringan air kotor selain berfungsi sebagai pembuang air kotor, juga sebagai saluran pembuang air hujan. Dari ke 8 (delapan) obyek wisata yang ada hanya pada 6 (enam) obyek wisata saja yang memiliki jaringan air kotor, di 2 (dua) obyek wisata belum memiliki yaitu Petilasan Sunan Kalijaga dan Taman Air Gua Sunyaragi. Karena lebih dari separuh obyek wisata dijangkau oleh jaringan air kotor, maka memperoleh nilai Tinggi.

**e. Jalan**

Jaringan jalan yang ada di Kota Cirebon sudah baik, dari seluruh panjang jalan yang ada di Kota Cirebon hanya 1,90% jalan yang belum diaspal dan 57,50% permukaan jalan sudah di aspal hotmix serta 40,60% permukaan jalan sudah di aspal lapisan penetasi. Dari ke 8 (delapan) obyek wisata keseluruhannya sudah di aspal hotmix. Oleh karena itu maka memperoleh nilai Tinggi.

**f. Stasiun Kereta Api**

Kota Cirebon mempunyai 2 (dua) buah Stasiun Kereta Api, yaitu stasiun kereta api Perujakan yang diperuntukan bagi Kereta Api Kelas Ekonomi dan Stasiun Kereta Api Kejaksan yang diperuntukan bagi Kereta Api Kelas Utama. Kedua stasiun tersebut berada di Tengah Kota dan dilewati oleh

beberapa trayek jalur angkutan Kota, sehingga keberadaannya dapat dijangkau dengan mudah. Kedua stasiun yang melayani penumpang selama 24 jam dalam sehari itu, disinggahi oleh seluruh kereta api yang lewat dengan tujuan ke Jakarta, Surabaya, Semarang dan Jogjakarta. Oleh karena layanan dan jangkauannya memperoleh nilai Tinggi.

**g. Stasiun Bis**

Stasiun Bis Harjamukti Cirebon merupakan stasiun Bis Type A, karena melayani moda Angkutan Antar Kota Antar Propinsi (AKAP), Antar Kota Dalam Propinsi (AKDP), Angkutan perkotaan (Angkota) dan Angkutan Kota (Angkot). Stasiun bis ini melayani Trayek Antar Lintas sebanyak 15 Trayek dengan jumlah Bis yang singgah sebanyak 750 buah Bis dalam seharinya. Selain itu stasiun Bis ini melayani Trayek asal tujuan sebanyak 13 Trayek dengan jumlah kendaraan bis yang memulai awal keberangkatannya dari stasiun bis Harjamukti Cirebon sebanyak 386 bis dalam seharinya. Dengan layanan penumpang 24 jam penuh dalam seharinya, letak stasiun bis ini berada di jalan Arteri Kota, sehingga mudah untuk dijangkau oleh karena itu stasiun bis memperoleh nilai Tinggi.

**h. Pelabuhan Laut**

Pelabuhan Muara Jati Cirebon berada di Kecamatan Lemah Wungkuk yang lokasinya berdekatan dengan pusat perdagangan. Lokasinya berdekatan juga dengan obyek wisata Masjid Merah Panjunan, Keraton Kanoman dan Keraton

Kaprabonan. Dermaganya dapat disandari oleh Kapal Laut berpenumpang sebesar KM Ciremai (penumpang 1500 orang) namun demikian pelabuhan laut Muara Jati hanya disinggahi kapal penumpang dua kali dalam sebulan. Oleh karena itu pelabuhan laut ini mempunyai nilai Rendah.

**i. Pelabuhan udara.**

Pelabuhan udara Penggung yang dimiliki oleh Kota Cirebon Berada di Kecamatan Harjamukti di tepi jalan raya Cirebon – Kuningan, berdekatan dengan obyek wisata petilasan Sunan Kalijaga. Pelabuhan udara yang hanya dapat didarati sebatas pesawat udara Cassa memiliki fasilitas cukup lengkap dari terminal penumpang, runway, apron, menara kontrol. Hanya sayangnya pelabuhan udara ini tidak mempunyai jadwal penerbangan reguler. Oleh karena itu pelabuhan udara ini memperoleh nilai rendah.

**TABEL IV.4  
ANALISIS INFRASTRUKTUR**

No.	JENIS INFRASTRUKTUR	PENJELASAN	NILAI		Skor
			T	R	
1.	Jaringan Distribusi Air Bersih	Dari 8 obyek wisata yang ada, keseluruhannya tersedia.	T	-	2
2.	Sambungan Instalasi Air Bersih PDAM.	Dari 8 obyek wisata yang ada, hanya 6 obyek wisata yang tersedia.	T	-	2
3.	Jaringan Distribusi Listrik.	Dari 8 obyek wisata yang ada, keseluruhannya tersedia.	T	-	2
4.	Sambungan Instalasi Listrik.	Dari 8 obyek wisata yang ada, keseluruhannya ada sambungan Listrik .	T	-	2
5.	Jaringan Distribusi Telkom	Dari 8 obyek wisata yang ada, keseluruhannya tersedia.	T	-	2
6.	Sambungan Instalasi Telepon.	Dari 8 obyek wisata yang ada, hanya 4 obyek wisata yang memiliki sambungan telepon.	-	R	1

7.	Jaringan air kotor.	Dari 8 obyek wisata yang ada, hanya 6 obyek wisata yang tersedia.	T	-	2
8	Jalan	Dari ke 8 obyek wisata yang ada keseluruhannya mempunyai permukaan jalan aspal yang baik / hotmix, dengan status jalan negara jalan propinsi dan jalan kota	T	-	2
9.	Stasiun Kereta Api.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frekuensi penumpang 24 jam. Melayani Jkt, Sby, Yogya, Malang. Letaknya di Pusat Kota, berdekatan dengan fasilitas Hotel.</li> </ul>	T	-	2
10.	Stasiun Bis.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frekuensi penumpang 24 jam. Melayani Jkt, Semarang, Bandung, Yogya, Kuningan. Letaknya di Tengah Kota</li> </ul>	T	-	2
11.	Pelabuhan Udara	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frekuensi jadwal tidak menentu, Tahun 1999 penumpang 122 orang, pesawat 167 kali penerbangan ke Jakarta. Letaknya ditepi kota</li> </ul>	-	R	1
12.	Pelabuhan laut	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frekuensi jadwal 2 kali dalam sebulan dengan penumpang 1.500, arah Indonesia Tengah dan Timur. Letaknya di tengah Kota.</li> </ul>	-	R	1
Jumlah					21

Sumber : Lampiran G

Keterangan :

T = Tinggi

R = Rendah

Skor : Tinggi (T) = 2

Skor : Rendah (R) = 1

#### 4.1.5. Fasilitas Pendukung

Fasilitas Pendukung diperlukan untuk melayani wisatawan selama mereka dalam perjalanan, sifatnya sebagai pendukung bukan sebagai pendorong pertumbuhan pariwisata. Penyediaan fasilitas pendukung ini sangat penting untuk mensukseskan suatu daerah Pariwisata. Fasilitas pendukung tersebut bisa berada didalam lokasi maupun diluar lokasi obyek wisata. Ketersediaannya fasilitas tersebut akan sangat mempengaruhi kedatangan wisatawan. Fasilitas Pendukung

Pariwisata dapat berupa ; Fasilitas kesehatan dan rumah obat (Rumah Sakit dan Apotik), Pusat Perbelanjaan, Bank, Tempat makan minum (restoran).

**a. Rumah Sakit**

Di Kota Cirebon terdapat sekitar 6 (enam) Rumah Sakit yang tersebar, sehingga dapat mencakup pada ke 8 (delapan) obyek wisata yang ada. Seluruh rumah sakit tersebut melayani Unit Gawat Darurat selama 24 jam penuh, sehingga dapat melayani dalam kondisi apapun selama kapan diperlukan. Dari 6 (enam) Rumah Sakit tersebut, 4 (empat) diantaranya dapat melayani 8 (delapan) obyek wisata, karena letaknya berdekatan. Untuk Petilasan Sunan Kalijaga pada RS. Budi Luhur, untuk Taman Air Gua Sunyaragi pada RS. Ciremai, Untuk Masjid Merah Panjunan pada RS. Pelabuhan. Sisanya yaitu Masjid Sang Cipta Rasa Kasepuhan, Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, Keraton Kaprabonan dan Keraton Kacirebonan pada RS. Gunung Jati.

**b. Apotik**

Setiap Rumah Sakit tersebut tersedia Apotik sehingga bisa melayani langsung ketika berada di Rumah Sakit. Namun demikian ada juga Apotik sebanyak 30 (tiga puluh) buah di Kota Cirebon, dengan 7 (tujuh) apotik diantaranya bisa melayani ke 8 (delapan) obyek wisata karena kedekatan lokasinya.

**c. Pusat Perbelanjaan**

Pusat Perbelanjaan di Kota Cirebon merupakan satu kesatuan kegiatan perdagangan seperti, toko swalayan, departemen store, cendera mata, tempat hiburan & bioskop, tempat makan minum. Letaknya di Pusat Perdagangan. Dengan jumlah Pusat Perdagangan sebanyak 6 (enam) buah, mencakupi 6 (enam) obyek wisata selain 2 (dua) obyek wisata lainnya seperti Taman Air Gua Sunyaragi dan Petilasan Sunan Kalijaga.

**d. Bank**

Sebagai Lembaga Keuangan, sebanyak 22 Bank beroperasi di Kota Cirebon. 4 (empat) Bank Persero Milik Pemerintah, sisanya merupakan Bank Umum Swasta Nasional. Dari ke 22 (dua puluh dua) Bank tersebut hanya 6 (enam) Bank yang melayani pertukaran valuta asing. Lokasi sebaran Bank banyak berkumpul di sekitar Pusat Perbelanjaan dan Pusat Pemerintahan yaitu di Jalan Yos Sudarso dan Jalan Siliwangi. Sehingga obyek wisata yang sebarannya kurang hanya pada obyek wisata Taman Air Gua Sunyaragi dan petilasan Sunan Kalijaga.

**e. Restoran, Tempat Makan Minum**

Sebanyak 45 buah tempat makan dan minum yang tersebar di Kota Cirebon, dengan berbagai jenis makanannya. Dari keseluruhannya tersebut terdapat di 3 (tiga) tempat yang melayani khas Cirebon seperti :

- Rumah Makan Minum Pujagalana yang berdekatan dengan Taman Air Gua Sunyaragi.
- Tempat makan dan minum The Poci yang letaknya berdekatan dengan Keraton Kasepuhan dan Masjid Sang Cipta Rasa.
- Pusat Jajan Malam Hari di sepanjang jalan Lemah Wungkuk yang lokasinya berdekatan dengan Keraton Kanoman dan Keraton Kacirebonan.

**TABEL IV.5**  
**ANALISIS FASILITAS PENDUKUNG**

No.	JENIS FASILITAS PENDUKUNG	PENJELASAN	NILAI		Skor
			T	R	
1.	Rumah Sakit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rumah Sakit yang menerima Gawat Darurat selama 24 Jam, terbagi pada beberapa lokasi obyek wisata. Sehingga ke 8 obyek wisata dapat terlayani ;</li> <li>- Petilasan Sunan Kalijaga pada RS Budi Luhur.</li> <li>- Taman Air Gua Sunyaragi pada RS Ciremai.</li> <li>- Masjid Merah pada RS. Pelabuhan</li> <li>- Masjid Sang Cipta Rasa, Keraton Kacirebonan, Keraton Kasepuhan, Keraton Kaparabonan dan Keraton Kanoman pada RS Gunung Jati.</li> </ul>	T	-	2
2.	Apotik	Setiap RS mempunyai fasilitas Apotik. Dari 30 buah apotik yang ada 7. buah apotik yang dekat pelayanan dengan 8 obyek wisata.	T	-	2
3.	Pusat Perbelanjaan	Pusat Perbelanjaan yang merupakan satu kesatuan kegiatan perdagangan seperti swalayan, dept store, cendera mata, hiburan, tempat makan minum. Letaknya berkumpul di Pusat Kota, sehingga tidak seluruh obyek wisata yaitu Taman Air Gua Sunyaragi dan Petilasan Sunan Kalijaga.	T	-	2
4.	Bank	Sebagai Lembaga Keuangan yang ada di Kota Cirebon, dari 22 Bank yang ada hanya 6 Bank yang melayani pertukaran valuta asing. Seluruhnya berada di Pusat Kota sehingga agak jauh dari obyek wisata, termasuk sejumlah ATM.	T	-	2
5.	Restoran, Tempat makan minum.	Tempat makan minum yang khas Cirebon hanya ada di 3 tempat yang berdekatan dengan ; <ul style="list-style-type: none"> <li>- Taman Air Gua Sunyaragi pada Rumah makan minum Pujagalana.</li> <li>- Keraton Kasepuhan, Masjid Sang Cipta</li> </ul>	T	-	2

		Rasa pada Tempat makan minum teh Poci. - Pada waktu malam hari, tempat makan minum khas Cirebon ditambah pada sepanjang jalan Lemah Wungkuk yang berdekatan dengan Keraton Kanoman dan Keraton Kaprabonan			
		Jumlah			10

Sumber : Lampiran G

Keterangan :

T = Tinggi

R = Rendah

Skor : Tinggi (T) = 2

Skor : Rendah (R) = 1

#### 4.1.6. Kesimpulan Analisis Penawaran

Analisis Penawaran Wisata sebanyak 5 (lima) jenis Komponen Produk Wisata dengan jumlah variabelnya sebanyak 32 variabel. Setiap variabel yang mempunyai nilai T (tinggi) diberi skor 2 (dua) dan yang mempunyai nilai R (rendah) diberi skor 1 (satu). Untuk memberikan kesimpulan hasil analisis penawaran, penentuan range antara rendah dan tinggi adalah ; bila jumlah R (rendah) adalah 32 dan jumlah T (tinggi) adalah 64. Maka range antara Rendah dan Tinggi adalah antara 32 dan 64. Nilai tengah dari skor 32 dan skor 64 adalah 48. Maka bila skor antara 32 hingga 48 adalah rendah dan bila skor antara 49 hingga 64 adalah tinggi.

**TABEL IV.6**  
**REKAPITULASI NILAI**  
**HASIL ANALISIS PENAWARAN WISATA**

No.	JENIS KOMPONEN PRODUK WISATA	VARIABEL	SKOR
1.	Atraksi Wisata	7	9
2.	Akomodasi	2	4
3.	Transportasi	6	10
4.	Infrastruktur	12	21
5.	Fasilitas Pendukung	5	10
	Jumlah	32	54

Sumber : Hasil resume

Berdasarkan Tabel di atas, skor yang didapat adalah 54. Hasil analisis Penawaran Wisata tersebut berada pada range antara 49 hingga 64 yang berarti mendapat nilai Tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keberadaan

komponen Komponen Penawaran Wisata di Kota Cirebon cukup mendukung terhadap kepariwisataan Kota Cirebon.

#### **4.2. Analisis Komponen Permintaan**

Komponen Permintaan Wisatawan yang terdiri dari wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara akan memberikan penilaian terhadap produk wisata yang dimiliki oleh Kota Cirebon, berdasarkan karakteristik serta pola permintaannya. Antara komponen permintaan dan komponen penawaran tersebut akan terlihat apakah ada perbedaan ataupun kesesuaian diantara keduanya.

##### **4.2.1. Atraksi Wisata**

Atraksi wisata yang ada di Kota Cirebon adalah merupakan Atraksi Wisata Budaya, sehingga wisatawan yang datang berkunjung mempunyai motivasi akan kebudayaan. Dari ke 8 obyek wisata budaya yang ada, tidak keseluruhan obyek wisata yang dikunjungi oleh wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Untuk wisatawan mancanegara, obyek wisata Keraton Kacirebonan, Keraton Kaprabonan, Masjid Agung Sang Cipta Rasa, Masjid Merah Panjunan serta Petilasan Sunan Kalijaga sama sekali tidak dikunjungi. Sedangkan wisatawan Nusantara tidak mengunjungi sama sekali Keraton Kaprabonan. Dari kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan, untuk wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Keraton Kasepuhan sebesar 52,72 % diikuti dengan Taman Air Gua Sunyaragi 20,01 % dan Keraton Kanoman sebanyak 27,27 %. Sedangkan wisatawan nusantara yang banyak berkunjung adalah ke obyek wisata Keraton Kasepuhan 36,27 %, Taman Air Gua Sunyaragi 31,37 %, Keraton Kanoman sebesar 20,59 %, Keraton Kacirebonan 4,90 %, Petilasan Sunan Kalijaga 3,90 % Masjid Agung Sang Cipta Rasa 1,96 % serta Masjid Merah Panjunan sebesar 1,01%.

Dari hasil survey tersebut dapat dilihat bahwa, atraksi wisata berupa keraton, ternyata paling banyak digemari oleh wisatawan. Hal ini berkaitan dengan keunikan tersendiri yang dimiliki oleh keraton tersebut.

**TABEL IV. 7**  
**OBJEK WISATA YANG DISUKAI WISATAWAN**

No	NAMA OBYEK WISATA	WISATAWAN		PROSENTASE WISATAWAN	
		WISMAN (orang)	WISNUS (orang)	WISMAN (%)	WISNUS (%)
1.	Keraton Kasepuhan	29	37	52,72	36,27
2.	Keraton Kanoman	11	21	20,01	20,59
3.	Keraton Kacirebonan	-	5	-	4,9
4.	Keraton Kaprabonan	-	-	-	-
5.	Taman Air Gua Sunyaragi	15	32	27,27	31,37
6.	Masjid Agung Sang Cipta Rasa Kasepuhan	-	2	-	1,96
7.	Masjid Merah Panjunan	-	1	-	1,01
8.	Petilasan Sunan Kalijaga	-	4	-	3,9
	Jumlah	55	102	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Survey 2001.

**TABEL IV. 8**  
**ANALISIS ATRAKSI WISATA**

No.	JENIS ATRAKSI WISATA	PENJELASAN	WISMAN			WISNUS		
			T	R	Skor	T	R	Skor
1.	Atraksi Wisata budaya	Dari ke 8 (delapan) obyek wisata budaya yang ada ternyata jumlah kunjungan wisatawan tidak merata dengan urutan menurut jumlah kunjungan WISNUS. - Keraton Kasepuhan - Taman Air Gua Sunyaragi - Keraton Kanoman - Keraton Kacirebonan - Petilasan Sunan Kalijaga - Masjid Agung Sang Cipta Rasa Kasepuhan - Masjid Merah Panjunan - Keraton Kaprabon	T	-	2	-	R	1
			-	R	1	-	R	1
			-	R	1	-	R	1
			-	R	1	-	R	1
			-	R	1	-	R	1
			-	R	1	-	R	1
			-	R	1	-	R	1
		Jumlah			9	-		8

Sumber : Lampiran F

Keterangan :

T = Tinggi

R = Rendah

Skor = Tinggi (T) = 2

Skor = Rendah (R) = 1

#### 4.2.2. Akomodasi

Akomodasi akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan selama ia melakukan perjalanan wisatanya, pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri bagi yang menginap. Dari hasil survey yang telah kami peroleh; wisatawan mancanegara rata-rata menginap di Kota Cirebon adalah 22,50 % untuk menginap selama 1 hari, 42,50 % untuk menginap selama 2 hari, 22,50 %, untuk menginap selama 3 hari dan 12,50 % menginap lebih dari 3 hari. Kemudian wisatawan mancanegara yang menginap di hotel berbintang sebanyak 50 % dan menginap di hotel Non Bintang sebanyak 45 % sedangkan sisanya sebesar 5 % menginap di rumah familinya. Dari angka prosentase tersebut di atas ini menunjukkan bahwa dengan rata-rata menginap selama 2 hari bagi wisatawan mancanegara serta menginap di sejumlah hotel bintang dan non bintang, ini menunjukkan bahwa hotel yang ada di Kota Cirebon cukup memberikan dukungannya terhadap kepariwisataan.

Lain halnya dengan wisatawan nusantara yang datang berkunjung ke kota Cirebon, sebagian besar dari mereka tinggal menginap di rumah teman atau keluarganya (65%) sedangkan sisanya menginap di hotel non bintang (35 %). Meskipun sebagian besar menginap selama 2 hari (50%), 3 hari menginap sebesar 33,3 % dan 4 hari menginap sebesar 11,60 %.

**TABEL IV. 9**  
**TEMPAT MENGINAP WISATAWAN**

No	TEMPAT MENGINAP	WISATAWAN		PROSENTASE WISATAWAN	
		WISMAN (orang)	WISNUS (orang)	WISMAN (%)	WISNUS (%)
1.	Hotel Berbintang	20	-	50,00	-
2.	Hotel Non Bintang	18	21	45,00	35,00
3.	Di rumah Teman/Famili	2	39	5,00	65,00
	Jumlah	40	60	100,00	100,00

Sumber : Hasil Pengolahan Survey 2001

**TABEL IV. 10**  
**LAMA MENGINAP WISATAWAN**

No	LAMA MENGINAP	WISATAWAN		PROSENTASE WISATAWAN	
		WISMAN (orang)	WISNUS (orang)	WISMAN (%)	WISNUS (%)
1.	1 hari	9	3	22,50	5,10
2.	2 hari	17	30	42,50	50,00
3.	3 hari	9	20	22,50	33,30
4.	4 hari	5	7	12,50	11,60
	Jumlah	40	60	100,00	100,00

Sumber : Hasil Pengolahan Survey 2001.

**TABEL IV. 11**  
**ANALISIS AKOMODASI**

No.	JENIS AKOMODASI	PENJELASAN	WISMAN		Skor	WISNUS		Skor
			T	R		T	R	
1.	Hotel berbintang dan non bintang	Jumlah wisatawan yang menginap						
		- Hotel berbintang	T	-	2	-	R	1
		- Hotel Non Bintang	-	R	1	-	R	1
		Jumlah			3	-		2

Sumber : Lampiran F

Keterangan :

T = Tinggi

R = Rendah

Skor = Tinggi (T) = 2

Skor = Rendah (R) = 1

#### 4.2.3. Transportasi

Alat angkutan yang dipergunakan oleh wisatawan baik itu ketika menuju ke kota Cirebon ataupun ketika berada di dalam kota Cirebon, banyak alternatif yang dapat dipergunakan. Berdasarkan survey yang telah dilakukan maka untuk wisatawan mancanegara, alat angkutan yang dipergunakan untuk menuju dan dari kota Cirebon sebanyak 57,50 % menggunakan alat angkutan Kereta Api ini disebabkan sebanyak 67,50 % wisatawan mancanegara sebelum datang ke Kota Cirebon berada di Kota Jakarta, 22,50% sebelum ke kota Cirebon adalah dari Kota Yogyakarta. Alat angkut Kereta Api frekuensinya cukup tinggi untuk menuju ke Kota Cirebon, sedangkan trayek khusus Jakarta Cirebon pulang pergi dalam sehari dilayani sebanyak 3 kali. Lain halnya dengan wisatawan nusantara, sebagian besar datang ke kota Cirebon adalah dengan

mempergunakan kendaraan umum Bis yaitu sebesar 38,30 %, kendaraan pribadi sebanyak 40 %-dan kereta api sebanyak 15,10 % serta sisanya menggunakan kendaraan sewa 6,60 %. Alat angkut yang dipergunakan dengan sebagian besar menggunakan angkutan darat jalan raya, ini disebabkan karena sebagian besar yaitu 43,50 % wisatawan nusantara dari arah kota kedatangan tidak terlayani trayek kereta api. Selain itu pula letak kota Cirebon yang posisinya di “transit point” menyebabkan mudahnya dengan menggunakan moda angkutan jalan raya.

Moda angkutan untuk dalam kota, penggunaan alat angkutan umum menjadi pilihan wisatawan mancanegara, 50 % menggunakan taksi sedan, 25 % menggunakan kendaraan sewa, 20 % menggunakan becak, serta 5 % menggunakan kendaraan pribadi. Untuk wisatawan nusantara moda angkutan dalam kota banyak dipergunakan kendaraan pribadinya sebanyak 40 %, angkutan kota sebanyak 31,60 %, 16,60 % menggunakan taksi sedan, kendaraan sewa sebanyak 6,60 % dan 5,20 % wisatawan nusantara menggunakan becak.

**TABEL IV. 12**  
**MODA ANGKUTAN YANG DIPAKAI WISATAWAN**  
**DARI DAN KE KOTA CIREBON**

No	MODA ANGKUTAN	WISATAWAN		PROSENTASE WISATAWAN	
		WISMAN (orang)	WISNUS (orang)	WISMAN (%)	WISNUS (%)
1.	Kereta Api	23	9	57,50	15,10
2.	Bis	5	23	12,50	38,30
3.	Kendaraan Sewa	10	4	25,00	6,60
4.	Kendaraan Pribadi	2	24	5,00	40,00
5.	Pesawat terbang	-	-	-	-
6.	Kapal Laut	-	-	-	-
	Jumlah	40	60	100,00	100,00

Sumber : Hasil Pengolahan Survey 2001

**TABEL IV. 13**  
**MODA ANGKUTAN YANG DIPAKAI WISATAWAN DI DALAM KOTA**  
**CIREBON**

No	MODA ANGKUTAN	WISATAWAN		PROSENTASE WISATAWAN	
		WISMAN (orang)	WISNUS (orang)	WISMAN (%)	WISNUS (%)
1.	Angkot	-	19	-	31,60
2.	Kendaraan sewa	10	4	25,00	6,60
3.	Kendaraan pribadi	2	24	5,00	40,00
4.	Taksi sedan	20	10	50,00	16,60
5.	Becak	8	13	20,00	5,20
	Jumlah	40	60	100,00	100,00

Sumber : Hasil Pengolahan Survey 2001.

**TABEL IV.14**  
**ANALISIS TRANSPORTASI**

No.	JENIS TRANSPORTASI	PENJELASAN	WISMAN		Skor	WISNUS		Skor
			T	R		T	R	
1.	Transportasi dari dan keluar kota	Jumlah wisatawan yang menggunakan moda angkutan dari dan luar kota Cirebon						
		- Kereta Api	T	-	2	-	R	1
		- Bis	-	R	1	-	R	1
		- Kapal Laut	-	R	1	-	R	1
		- Pesawat Terbang	-	R	1	-	R	1
2.	Transportasi di dalam kota	Jumlah wisatawan yang menggunakan moda angkutan di dalam kota Cirebon						
		- Angkot	-	R	1	-	R	1
		- Taksi sedan	T	-	2	-	R	1
		Jumlah			8	-		6

Sumber : Lampiran F

Keterangan :

T = Tinggi

R = Rendah

Skor = Tinggi (T) = 2

Skor = Rendah (R) = 1

#### 4.2.4. Infrastruktur

Infrastruktur merupakan salah satu komponen wisata yang sangat mempunyai pengaruhnya terhadap kelancaran / aksesibilitas suatu obyek wisata. Kemudahan yang didapat adalah dari adanya tersedianya jaringan jalan, mudahnya prasarana transportasi dijangkau, serta mudahnya obyek wisata didapat. Kualitas jalan di Kota Cirebon yang berkaitan dengan obyek wisata yang dikunjungi oleh wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara mengatakan kondisinya baik. 87,50 % wisatawan mancanegara menyatakan kualitas jalan baik, 2,50 % menyatakan sedang dan 10 % menyatakan perlu

peningkatan. Wisatawan nusantara menyatakan 88,30 % baik dan 11,70 % perlu peningkatan. Sedangkan dalam mencapai obyek wisata yang dikunjungi, wisatawan mancanegara menyatakan 82,50 % mudah mencapai dan 17,50 % sulit memperoleh obyek wisata. Untuk wisatawan nusantara 95 % menyatakan mudah dijangkau dan 5 % menyatakan sulit dijangkau. Infrastruktur lainnya yang memegang peranan penting seperti stasiun kereta api dan stasiun bis. Dilihat dari kedatangan jumlah wisatawan yang berkunjung adalah menggunakan kereta api dan kendaraan umum bis. Kedua stasiun tersebut lokasinya berada di pusat kota sehingga memudahkan dalam pencapaian, selain dari itu fasilitas akomodasi yang dekat dengan stasiun sangat mendukung.

**TABEL IV. 15**  
**KUALITAS JALAN MENUJU OBYEK WISATA**

No	KUALITAS JALAN	WISATAWAN		PROSENTASE WISATAWAN	
		WISMAN (orang)	WISNUS (orang)	WISMAN (%)	WISNUS (%)
1.	Sedang	1	-	2,50	-
2.	Baik	35	53	87,50	88,30
3.	Perlu perbaikan	4	7	10,00	11,70
	Jumlah	40	60	100,00	100,00

Sumber : Hasil Pengolahan Survey 2001

**TABEL IV. 16**  
**KEMUDAHAN PENCAPAIAN KE OBYEK WISATA**

No	KEMUDAHAN	WISATAWAN		PROSENTASE WISATAWAN	
		WISMAN (orang)	WISNUS (orang)	WISMAN (%)	WISNUS (%)
1.	Mudah	33	57	82,50	95,00
2.	Sulit	7	3	17,50	5,00
	Jumlah	40	60	100,00	100,00

Sumber : Hasil Pengolahan Survey 2001

**TABEL IV. 17**  
**KONDISI STASIUN KERETA API**

No	KONDISI	WISATAWAN		PROSENTASE WISATAWAN	
		WISMAN (orang)	WISNUS (orang)	WISMAN (%)	WISNUS (%)
1.	Mudah dijangkau	21	8	52,50	13,30
2.	Susah dijangkau	4	35	10,00	58,30
3.	Nyaman, baik	15	17	37,50	28,40
	Jumlah	40	60	100,00	100,00

Sumber : Hasil Pengolahan Survey 2001.

**TABEL IV. 18  
KONDISI STASIUN BIS**

No	KONDISI	WISATAWAN		PROSENTASE WISATAWAN	
		WISMAN (orang)	WISNUS (orang)	WISMAN (%)	WISNUS (%)
1.	Mudah dijangkau	5	25	12,50	41,60
2.	Susah dijangkau	30	10	75,00	16,80
3.	Nyaman, baik	5	25	12,50	41,60
	Jumlah	40	60	100,00	100,00

Sumber : Hasil Pengolahan 2001

**TABEL IV.19  
ANALISIS INFRASTRUKTUR**

No.	JENIS TRANSPORTASI	PENJELASAN	WISMAN		Skor	WISNUS		Skor
			T	R		T	R	
1.	Jalan Raya	Wisatawan mancanegara menyatakan 87,50% baik dan WISNUS 88,30% baik	T	-	2	T	-	2
2.	Pencapaian ke Obyek Wisata	Dari wisman menyatakan 82,50% mudah dan WISNUS menyatakan 95% mudah	T	-	2	T	-	2
3.	Pelabuhan Udara	Wisatawan tidak ada yang menggunakan pesawat terbang	-	R	1	-	R	1
4.	Pelabuhan Laut	Wisatawan tidak ada yang menggunakan kapal laut	-	R	1	-	R	1
5.	Stasiun Kereta Api	Wisatawan menggunakan KA, 57,50% wisman dan 15,10 WISNUS menyatakan mudah bagi wisman dan kurang bagi WISNUS.	T	-	2	-	R	1
6.	Stasiun Bis	Wisatawan menggunakan Bis 12,50% untuk wisman dan 38,30% WISNUS dan mudah dijangkau 12,50% wisman dan 41,60% WISNUS	-	R	1	-	R	1
		Jumlah			9			8

Sumber : Lampiran F

Keterangan :

T = Tinggi

R = Rendah

Skor = Tinggi (T) = 2

Skor = Rendah (R) = 1

#### 4.2.5. Fasilitas Pendukung

Fasilitas pendukung di sekitar obyek wisata akan sangat membantu dalam menarik kunjungan wisatawan, dan juga dalam pengembangan kepariwisataan. Dari hasil survey dilapangan dapat dilihat bahwa fasilitas pendukung yang diperlukan oleh wisatawan mancanegara dengan wisatawan nusantara tidak sama dalam memprioritaskannya.

Wisatawan mancanegara sangat memerlukan perbankan dalam perjalanannya yaitu sebanyak 67,50 %, fasilitas telekomunikasi / telefone menjadi urutan kedua yaitu 27,50 % dan terakhir adalah tempat berjualan obat / apotik sebanyak 5 %. Wisatawan nusantara menempatkan sarana telekomunikasi sebagai kebutuhan utamanya dalam perjalanan yaitu 90 %, keperluan lainnya seperti Pusat Perbelanjaan mencapai 8,30 % dan terakhir adalah perbankan sebesar 1,70 %.

Fasilitas Pendukung lainnya untuk didalam obyek wisata yang menjadi prioritas utama bagi wisatawan mancanegara adalah Toilet Umum yang mencapai 60 % kemudian pemandu wisata yang fasih berbahasa asing diurutan kedua yaitu 17,50. Telekomunikasi didalam obyek wisata diurutan ketiga yaitu 15%, dan yang terakhir adalah tempat berjualan cendera mata 7,50 %. Untuk wisatawan nusantara, Toilet Umum juga mencapai 60 % kemudian pemandu wisata yang fasih berbahasa asing diurutan kedua yaitu 17,50 %. Telekomunikasi didalam obyek wisata diurutan ketiga yaitu 15 %, dan yang terakhir adalah tempat berjualan cendera mata 7,50 %. Untuk wisatawan nusantara, Toilet Umum juga merupakan prioritas utama yang diperlukan dengan mencapai 40 % dan kedua adalah telepon umum sebesar 30 %. Tempat berjualan cendera mata diurutan ketiga sebesar 15 %. Pemandu wisata yang tahu betul tentang sejarah diurutan keempat sebesar 11,60 % dan terakhir adalah mengenai tempat parkir yang nyaman sebesar 3,40 %.

**TABEL IV. 20**  
**FASILITAS PENDUKUNG YANG DIPERLUKAN DILUAR OBYEK WISATA**

No	FASILITAS	WISATAWAN		PROSENTASE WISATAWAN	
		WISMAN (orang)	WISNUS (orang)	WISMAN (%)	WISNUS (%)
1.	Bank	27	1	67,50	1,70
2.	Telepone	11	54	27,50	90,00
3.	Apotik	2	-	5,00	-
4.	Rumah Sakit	-	-	5,00	-
5.	Restoran	-	2	-	3,30
6.	Pusat Perbelanjaan	-	3	-	5,00
	Jumlah	40	60	100,00	100,00

Sumber : Hasil Pengolahan Survey 2001

**TABEL IV.21**  
**FASILITAS PENDUKUNG YANG DIPERLUKAN DIDALAM OBYEK WISATA**

No	FASILITAS	WISATAWAN		PROSENTASE WISATAWAN	
		WISMAN (orang)	WISNUS (orang)	WISMAN (%)	WISNUS (%)
1.	Toilet Umum	24	24	60,00	40,00
2.	Telepone Umum	6	18	15,00	30,00
3.	Tempat berjualan makanan dan minuman	3	9	7,50	15,00
4.	Pemandu wisata	-	7	17,50	11,60
5.	Tempat parkir kendaraan	-	2	-	3,40
	Jumlah	40	60	100,00	100,00

Sumber : Hasil Pengolahan Survey 2001

**TABEL IV.22**  
**ANALISIS FASILITAS PENDUKUNG**

No.	JENIS FASILITAS PENDUKUNG	PENJELASAN	WISMAN		Skor	WISNUS		Skor
			T	R		T	R	
1.	Fasilitas di dalam obyek wisata	Fasilitas pendukung di dalam obyek wisata ternyata toilet umum sangat diperlukan baik oleh wisman (60%) maupun WISNUS (40%). Telepon umum merupakan urutan ke dua bagi WISNUS (30%), bagi wisman merupakan urutan ke tiga (15%). Pemandu wisata merupakan urutan ke dua bagi wisman (17,50%) dan ke empat bagi WISNUS (11,60%) - Toilet umum - Telepon umum - Tempat berjualan - Pemandu wisata - Parkir	T - - - -	- R R R R	2 1 1 1 1	T T - - -	- - R R R	2 2 1 1 1
2.	Fasilitas pendukung di luar obyek wisata	Fasilitas pendukung di luar obyek wisata ternyata bagi wisman, restoran dan pusat perbelanjaan kurang menjadi perhatian. Tapi bagi WISNUS, restoran masih diperlukan (3,30%) termasuk pusat perbelanjaan (5%). Yang kurang diperlukan bagi WISNUS adalah Apotik dan Rumah sakit. Bank merupakan keperluan yang utama bagi wisman (67,50%) dan diikuti telekomunikasi (27,50%) bagi WISNUS telepon adalah prioritas (90%). - Bank - Telepon umum - Apotik - Rumah sakit - Restoran - Pusat Perbelanjaan	T - - - - -	- R R R R R	2 1 1 1 1 1	- T - - - -	R - R R R R	1 2 1 1 1 1
Jumlah					13			12

Sumber : Hasil Pengolahan Survey 2001

Keterangan :

T = Tinggi

R = Rendah

Skor : Tinggi (T) = 2

Skor : Rendah (R) = 1

#### 4.2.6. Kesimpulan Analisis Permintaan

Jumlah variable untuk Analisis Permintaan Wisata sebanyak 33 (tiga puluh tiga) variabel. Setiap variabel yang mempunyai T (tinggi) diberi skor 2 (dua) dan mempunyai nilai R (rendah) diberi skor 1 (satu). Untuk memberikan kesimpulan hasil Analisis Permintaan, penentuan Range antara Rendah dan Tinggi adalah bila jumlah R (rendah) adalah 33 dan jumlah T (tinggi) adalah 66. Maka Range antara Rendah dan Tinggi adalah antara 33 dan 66, Nilai Tengahnya adalah 49,50. Maka bila skor antara 33 sampai dengan 49 adalah Rendah dan bila skor antara 50 hingga 66 adalah Tinggi.

**TABEL IV.23**  
**REKAPITULASI NILAI**  
**HASIL ANALISIS PERMINTAAN WISATA**

NO	PERMINTAAN WISATA	VARIABEL	SKOR	
			WISMAN	WISNUS
1.	Atraksi Wisata	8	9	8
2.	Akomodasi	2	3	2
3.	Transportasi	6	8	6
4.	Infrastruktur	6	9	8
5.	Fasilitas Pendukung	11	13	12
	Jumlah	33	42	36

Sumber : Hasil resume

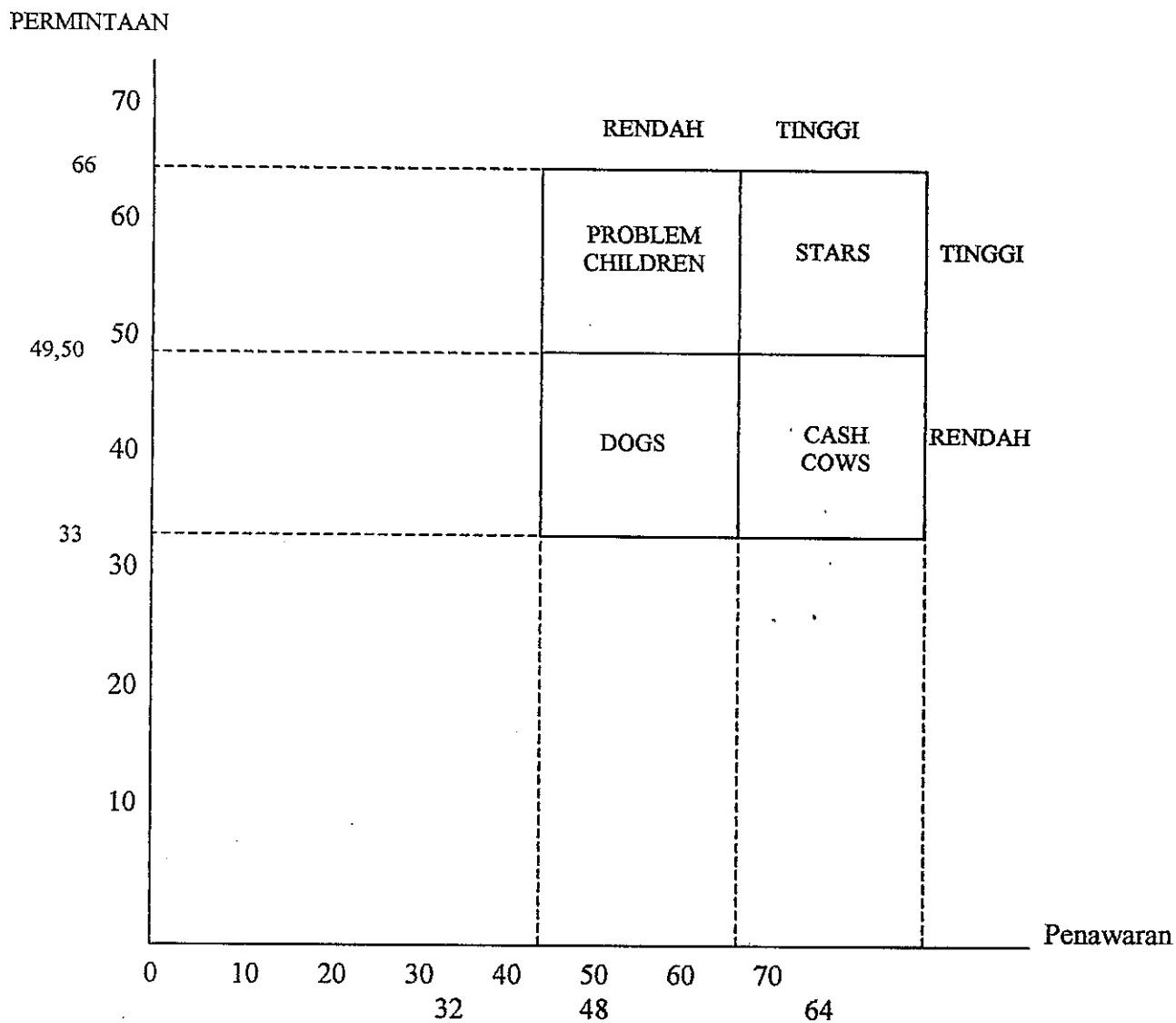
Berdasarkan Tabel diatas, skor yang didapat untuk Wisatawan Mancanegara adalah 42 yang berada pada range antara 33 hingga 49 yang berarti mendapat nilai rendah. Untuk wisatawan Nusantara mendapat skor 36 yang berada pada range 33 hingga 49, berarti juga termasuk mendapat nilai rendah. Oleh karena itu Permintaan Wisatawan di Kota Cirebon baik itu dari wisatawan Mancanegara maupun Wisatawan Nusantara sangat Rendah dukungannya terhadap kepariwisataan Kota Cirebon.

#### 4.3. Analisis Komponen Permintaan dan Komponen Penawaran

Setelah diperoleh hasil dari Analisis Komponen Permintaan yang menyatakan bahwa Permintaan Wisatawan terhadap Kepariwisataan Kota Cirebon menunjukkan nilai

Rendah dan hasil Analisis Komponen Penawaran menyatakan bahwa Penawaran Wisata yang berupa produk Wisata terhadap Kepariwisataan Kota Cirebon menunjukkan nilai Tinggi. Kedua hasil analisis tersebut dimasukkan kedalam Matriks Boston Consulting Group (BCG) seperti terlihat pada Gambar berikut ini.

**GAMBAR 4.1.**  
**MATRIKS POSISI PERMINTAAN PENAWARAN**



Pada Matriks BCG tersebut terlihat bahwa Permintaan yang rendah dan Penawaran yang Tinggi masuk kepada Kuadran Cash Cows. Ini berarti bahwa ;

- Kondisi Komponen Penawaran Wisata Kota Cirebon sudah cukup keberadaannya dalam mendukung Kepariwisata Kota Cirebon. Dengan jumlah Permintaan yang Rendah, maka penambahan fasilitas Produk Wisata tidak perlu dilakukan.
- Komponen Permintaan Wisatawan yang Rendah, ini menunjukkan bahwa Produk Wisata yang disediakan belum dapat dimanfaatkan secara optimal oleh Wisatawan. Oleh karena itu kualitas Pelayanan harus lebih ditingkatkan, agar lebih menarik wisatawan.

#### **4.4. Hasil Analisis**

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, bahwa penawaran wisata mempunyai nilai Tinggi dan permintaan wisata memperoleh nilai Rendah. Analisis tersebut dilanjutkan dengan menggunakan Matriks BCG dan terlihat bahwa dengan kondisi penawaran yang Tinggi serta permintaan yang Rendah, posisi kondisi kepariwisataan Kota Cirebon terletak pada kuadran CashCows. Ini berarti unsur-unsur pada komponen produk wisata seperti misalnya Akomodasi, tidak perlu melakukan pembangunan hotel baru atau penambahan jumlah kamar. Lainnya seperti alat Transportasi tidak perlu untuk mengadakan penambahan jumlah kendaraan. Hal tersebut akan menimbulkan kerugian yang disebabkan faktor permintaan yang kecil. Saat ini yang diperlukan adalah meningkatkan mutu pelayanan dan meningkatkan mutu kualitas fisik akomodasi dan transportasi.

Dengan belum terpenuhinya pertumbuhan komponen permintaan wisata di Kota Cirebon, ini berarti ada permasalahan yang harus segera dibenahi dari salah satu komponen

pariwisata tersebut. Instansi yang berwenang untuk menangani masalah ini adalah Dinas Pariwisata Kota Cirebon yang tugas dan fungsinya adalah melakukan Promosi Pariwisata. Dari Gambar 4.1. tentang Matriks Posisi Permintaan – Penawaran, terlihat bahwa kondisi kepariwisataan Kota Cirebon terletak pada posisi kuadran *Cashcows*. Yang berarti permintaan pada posisi yang rendah dan penawaran pada posisi yang tinggi. Adanya perbedaan tersebut, menunjukkan bahwa komponen produk wisata yang ada di Kota Cirebon sudah cukup baik keberadaannya namun belum diimbangi oleh keadaan pasar. Bila dikaitkan dengan siklus Butler (Gambar 2.2.) maka kondisi kepariwisataan hampir mirip keberadaannya dengan *Cashcows*. Dimana kepariwisataan Cirebon masih pada tahapan pengembangan dan pembangunan (*development*) yaitu masyarakat setempat bersama dengan investor sudah menyediakan fasilitas bagi keperluan wisatawan dan wisatawan mulai tertarik dengan datang berkunjung karena promosi.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

Kegiatan Pariwisata yang terdiri dari komponen penawaran dan permintaan wisata sangat berpengaruh sekali terhadap pengembangan kepariwisataan itu sendiri. Sistem Pariwisata tersebut harus berjalan dengan baik keduanya. Bila Penawaran wisata mempunyai masalah akan berpengaruh terhadap permintaan wisata, demikian pula sebaliknya. Berdasarkan dari hasil pembahasan yang telah di lakukan, ternyata terdapat perbedaan antara permintaan dan penawaran wisata. Penawaran wisata untuk Kota Cirebon dapat dikatakan sudah tinggi dalam mendukung kegiatan kepariwisataan yang ada. Namun sayangnya, permintaan wisata rendah. Hal ini disebabkan karena :

a. Masih kurang baiknya pengelolaan obyek wisata.

- Pengelolaan obyek wisata masih dilakukan sendiri oleh fihak keraton secara swadaya. Dari ke 8 (delapan) obyek wisata yang ada, 5 (lima) obyek wisata dikelola sendiri oleh fihak keraton. Sisanya dilakukan sendiri oleh masing-masing obyek wisata tanpa bantuan pengelolaan dari fihak luar. Hal ini sangat berpengaruh sekali terhadap fisik obyek wisata itu sendiri.
- Karena dikelola sendiri, sehingga manajemen pengelolaan kurang baik. Diberapa tempat dilakukan penarikan karcis masuk, ditempat lain tidak dilakukan. Sehingga berpengaruh terhadap pemasukan dana dan berakibat tidak dapatnya dana untuk pemeliharaan fisik bangunan.

- Karena kedua hal tersebut di atas, mengakibatkan kondisi fisik bangunan di obyek wisata menjadi kurang terawat, sehingga mempengaruhi akan daya tarik dari obyek wisata itu sendiri.
- b. Promosi yang kurang efektif. Dari hasil penelitian ternyata Pariwisata Kota Cirebon, diketahui oleh wisatawan bukan dari promosi yang dilakukan oleh Instansi terkait. Tetapi lebih banyak diketahui dari wisatawan yang telah terlebih dahulu mengunjungi.
- c. Jenis atraksi wisata yang ada di Kota Cirebon hanya pada satu jenis saja, yaitu atraksi wisata budaya. Sehingga wisatawan tidak mempunyai alternatif lain selain atraksi wisata budaya. Untuk wisatawan mancanegara wisata budaya merupakan daya tarik utama, sedangkan untuk wisatawan nusantara selain atraksi wisata budaya, diperlukan obyek wisata lainnya sebagai pendukung yang bersifat rekreasi.
- d. Karena kurangnya fasilitas pendukung di Obyek Wisata seperti tempat penjualan cendera mata dan lain-lain, maka pengeluaran wisatawan di obyek wisata menjadi kecil, atau boleh dikata menjadi tidak ada. Hal ini memberikan pengaruh yang kecil terhadap perkembangan pendapatan di wilayah lingkungan obyek wisata.

## **5.2. Rekomendasi**

### **5.2.1. Usulan untuk pengembangan kepariwisataan Kota Cirebon**

Dari pembahasan yang telah dilakukan, usulan yang ingin diajukan dalam rangka pengembangan kepariwisataan Kota Cirebon lebih lanjut adalah :

#### **a. Melengkapi Fasilitas Pendukung di Obyek Wisata**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ternyata terdapat fasilitas pendukung di setiap obyek wisata yang masih perlu dibenahi. Kurangnya fasilitas pendukung sangat berpengaruh terhadap kenyamanan wisatawan yang datang. Langkah yang perlu segera

dilakukan adalah dengan melengkapi fasilitas yang belum tersedia obyek wisata yang sangat mendasar seperti ; toilet umum, sarana air bersih, telepon umum, tempat berjualan souvenir dan makanan minuman, pemandu wisata. Bagi obyek wisata yang telah memiliki kelengkapan tersebut, agar kualitasnya lebih ditingkatkan lagi.

b. Promosi

Berdasarkan hasil penelitian, keberadaan obyek wisata di Kota Cirebon diketahui oleh wisatawan melalui teman yang sebelumnya berkunjung lebih dominan. Justru mereka tidak memperoleh informasi dari promosi. Oleh sebab itu masih diperlukan promosi secara konsisten dan kontiyu oleh pihak instansi terkait yaitu Dinas Pariwisata Kota Cirebon untuk lebih memperkenalkan kepariwisataan di Kota Cirebon.

c. Pengembangan Pariwisata secara bertahap

Mengingat kondisi perekonomian negara kita yang sedang dalam keadaan yang kurang menyenangkan, berimbas pada keuangan Pemerintah Kota yang minim. Sedangkan kondisi masing-masing obyek wisata perlu mendapat perhatian dalam melaksanakan kelangsungan kegiatannya sehari-hari. Perlunya perawatan serta pembangunan, sangat memerlukan dana yang tidak sedikit. Oleh sebab itu diperlukan pentahapan dalam melakukan pengembangan pariwisata, obyek wisata yang paling berpotensi diprioritaskan untuk dikembangkan terlebih dahulu.

d. Kerjasama dengan pihak Pemilik Modal

Kaitannya dengan kesulitan dana yang dialami oleh pihak Pemerintah Kota dan pihak Obyek Wisata. Maka dalam rangka menanggulangi permasalahan tersebut, perlu dilakukan kerja sama antara Pemilik Modal dengan Pemerintah Kota dan pihak Obyek Wisata dalam Pengelolaan Obyek Wisata. Yang terlihat saat ini, pengelolaan Obyek

Wisata dilakukan sendiri oleh pihak Keraton, tanpa campur tangan pihak lain. Oleh sebab itu berakibat pada kondisi disetiap obyek wisata yang sangat memprihatinkan.

### 5.2.2. Keterbatasan Studi

Dalam melakukan kegiatan studi ini tidak terlepas dari keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Keterbatasan yang dimaksud adalah yang berkaitan dengan penelitian dengan penelitian studi ini secara makro. Sehingga tidak bisa lebih mendetail penelitian terhadap komponen penawaran dan permintaan wisata.

### 5.2.3. Saran untuk Studi Lanjutan

Dalam kaitannya dengan kepariwisataan kota Cirebon, saran studi lanjutan yang diusulkan adalah :

#### a. Diversifikasi pariwisata

Penganekaragaman pariwisata di Kota Cirebon perlu untuk dikembangkan, agar kepariwisataan Kota Cirebon tidak hanya terpaku pada wisata budaya saja. Sumberdaya wisata lainnya masih bisa dikembangkan dengan melakukan studi terhadap :

- Wisata Alam Bahari

Dengan letaknya yang berbeda di tepi, Kota Cirebon sebagai kota Pantai sangat berpotensi sekali untuk dikembangkan wisata alam bahari.

- Wisata Kota

Masih banyaknya bangunan kuno peninggalan Belanda yang masih terawat baik, merupakan salah satu upaya yang masih dapat dikembangkan lebih lanjut. Disamping terdapatnya satu pabrik rokok besar milik BAT yang saat ini masih belum bisa tersentuh untuk dijadikan tempat obyek wisata. Bila dilakukan studi dengan

kerjasama antara pihak Pemda Kota Cirebon dengan pihak Pabrik Rokok tersebut untuk membawa wisatawan masuk kedalam pabrik untuk menyaksikan proses pembuatan rokok.

b. Kegiatan wisata terpadu

Studi lanjutan lainnya yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan kajian terhadap kegiatan wisata terpadu antara Kota Cirebon dengan Kota/Kabupaten terdekat yang berbatasan langsung, seperti Kabupaten Cirebon dan Kabupaten Kuningan. Kedua kabupaten tersebut mempunyai karakteristik wisata yang berbeda dengan wisata budaya yang dimiliki oleh Kota Cirebon. Sehingga akan beda dengan wisata budaya yang dimiliki oleh Kota Cirebon. Sehingga akan saling memberikan kontribusi silang untuk memajukan kepariwisataan di ketiga kota tersebut, karena Kabupaten Cirebon memiliki obyek wisata kajian, dan Kabupaten Kuningan mempunyai obyek wisata alam yang cukup baik.

Dari studi lanjutan ini dapat diperoleh alternatif paket perjalanan wisata.

- c. Untuk lebih menajamkan penelitian yang telah dilakukan, studi lanjutan dapat dilakukan dengan melakukan penelitian lebih mendalam tentang masing-masing komponen penawaran wisata dan permintaan wisata seperti misalnya. Bagaimana kontribusi yang telah diberikan oleh akomodasi, transportasi ataupun atraksi wisata terhadap kepariwisataan kota Cirebon dalam rangka meningkatkan jumlah wisatawan yang datang berkunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

1. Foster, Douglas, 1987. *Travel and Tourism Management*. Macmillan Education Ltd. London.
2. Gunn, Clare A, 1993 *Tourism Planning, Basic, Concepts, Cases*. Taylor & Francis, Washington DC.
3. Inskeep, Edward, L, 1991 *Tourism Planning, An Integrated and Sustainable Development Approach*, Van Nostrand Reinhold. New York.
4. Juoro, Umar, 1996. *Perkembangan Perkotaan, Pertumbuhan Ekonomi dan Peran Serta Masyarakat*, CIDES, Jakarta.
5. Kartono, Kartini, 1996 *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Penerbit PT Mandar Maju, Bandung.
6. Karyono A Hari, 1997 *Kepariwisata*, Penerbit PT Grasindo, Jakarta.
7. Mathieson, Alister and Wall, Geoffrey. *Tourism Economic, Physical and Social Impact*, Longman, London and New York, 1986.
8. Mc. Intosh, Charles R. Goeldner, JR Brenth, Ritchie, 1995 *Tourism: Principles Practices, Philosophies*, Seventh Edition, John Wiley dan Sons, Inc, New York.
9. Mill, Robert Christie, 2000 *Tourism The Internasional Businnes* (Penerjemahan Tri Budi Satrio), PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.
10. Pearce, Douglass, C, 1983 *Tourism Development*, Second Impression, Longman Group, London.
11. Pedit, Nyoman. S, 1999 *Ilmu Pariwisata*, Sebuah Pengantar Perdana PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
12. Prastowo, Dwi, dan Aji Suryo, 2000, *Analisis Laporan Keuangan Hotel*, Andi Offset Yogyakarta.
13. Reynold, Jesse, 1976 *Public Recreation Administration*, Reston Publishing Company, Inc, Reston Virginia.
14. Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 1989. *Metode Penelitian Survey* : LP3ES, Jakarta.

15. Soegijoko, Budhy Tjahjati S, 1996, *Perkembangan Ekonomi Makro dan Pola Spasial Perkotaan*. Deputi Bidang Kerjasama Luar Negeri, Bappenas, Jakarta.
16. Soekadijo, RG, 1996 *Anatomi Pariwisata*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
17. Sumanto, 1995 *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Yogyakarta Andi Offset.
18. Spillane, J, James, 1987 *Pariwisata Indonesia, Siasat Ekonomi Dan Rekayasa Kebudayaan*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
19. Spillane, J, James, 1987 *Ekonomi Pariwisata Sejarah Dan Prospeknya*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
20. Sukarsa, I. Made, 1999 *Pengantar Pariwisata*, Badan Kerjasama Perguruan Tinggi Negeri Indonesia Timur, Ujung Pandang.
21. Suwanto, Gamal, 1997 *Dasar-Dasar Pariwisata*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
22. Yoeti, H. Oka, A, 1997 *Industri Pariwisata Dan Peluang Kesempatan Kerja*, PT. Pertja, Jakarta.
23. Yoeti, H, Oka, A, 1997 *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
24. Yoeti, H, Oka, A, 1996 *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa, Bandung.
25. Yoeti, H, Oka, A, 1996 *Pemasaran Pariwisata*, Angkasa, Bandung.
26. Wahab Salah, 1996 *Manajemen Kepariwisataaan*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
27. Wahab Salah, 1992 *Pemasaran Pariwisata*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta.

#### **HASIL PENELITIAN, BUKU LEMBAGA, JURNAL**

1. Agam, Fauzy, 1994. *Laporan Penelitian Penerapan Analisis Portepel produk dalam Penentuan Strategi Pengembangan, Pemasaran Daerah Tujuan Wisata Nusa Tenggara Barat, Mataram*, Fakultas Ekonomi Universitas Mataram.

2. ----- *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota. Volume IX, No. 2/ Januari 1998, P3WK – ITB Bandung.*
3. *Selayang Pandang Kota Cirebon 1993.* Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Cirebon.
4. *Teori Perancangan Urban, 1991,* Program Studi Perancangan Arsitektur, Fakultas Pasca Sarjana ITB.
5. ----- *Reformasi Pembangunan Sektor Pariwisata, Seni dan Budaya 1999,* Direktorat Jenderal Pariwisata. Departemen Pariwisata, Seni dan Budaya.