

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Industri Pariwisata

Menurut UU No. 10 Tahun 2009 bahwa industri pariwisata merupakan kumpulan usaha yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/ atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata, sedangkan usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/ atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata. Industri pariwisata dilaksanakan atas landasan prinsip dasar yang bergantung pada sepuluh landasan atau unsur pokok. Pelaksanaannya membutuhkan kebijaksanaan yang tepat, terpadu, dan konsisten.

1. Politik Pemerintah

Politik pemerintah adalah sikap dan kebijakan pemerintah terhadap kunjungan wisatawan dan kegiatan pariwisata di suatu daerah yang akan mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan industri pariwisata . politik pemerintah dibagi menjadi 2 yaitu : langsung (sikap terhadap kunjungan wisatawan luar negeri) dan tidak langsung (situasi dan kondisi (politik, ekonomi, keamanan) yg stabil di dlm negeri).

2. Perasaan ingin tahu

- Dasar hakiki utama yang melahirkan pariwisata adalah perasaan manusia yang hakekatnya ingin tahu segala sesuatu di dalam dan di luar lingkungannya.
- Rasa ingin tahu tersebut terkait dengan kebudayaan, tata cara hidup dan adat istiadat suatu daerah, cuaca dan iklim negara lain, kekayaan dan keindahan alam daerah lain , dll yang tidak ada dalam lingkungannya sehari-hari.
- Guna memfasilitasi keingintahuan wisatawan, Indonesia membuka kantor Penerangan Promosi Pariwisata Indonesia (P3I) di 7 kota besar di berbagai negara

3. Sifat ramah tamah

- Hasil peninjauan *Pacific Area travel Association* (PATA) Indonesia merupakan salah satu negara tujuan wisata yang sangat ramah (*extremely hospitable*).
- Sifat ramah tamah yang alamiah di berbagai sektor merupakan “modal potensial” dalam pengembangan industri pariwisata.

4. Jarak dan waktu (aksesibilitas)

- Keberagaman dan keterkinian berbagai jenis alat transportasi

- Pentingnya efisiensi waktu (ketepatan, kecepatan dan kelancaran) yang harus dipergunakan di pelabuhan pintu gerbang masuk, waktu pemeriksaan barang bawaan dan dokumen perjalanan wisatawan.

5. Atraksi

- Dalam dunia kepariwisataan, segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat yaitu atraksi atau objek wisata
- Dalam kegiatan pariwisata, atraksi harus dikoordinasikan dalam suatu penyajian yang harmonis, menarik dan terpadu
- Atraksi bisa ditawarkan dalam bentuk paket wisata
- Indonesia perlu mengembangkan paket atraksi wisata tahunan yang waktu pelaksanaannya (penanggalan) jelas.

6. Akomodasi

- Akomodasi bisa dikembangkan sesuai dengan konsep wisata yang ditawarkan.
- Akomodasi bisa bersifat modern, *back to nature*, *home stay*, akomodasi dengan arsitektur tradisional dan khas budaya lokal, dll.

7. Pengangkutan

- Pengangkutan di industri pariwisata berhubungan erat dengan aksesibilitas jalan menuju tempat wisata dan alat transportasi.
- Yang terpenting mengenai pengangkutan dalam industri pariwisata adalah ketetapan rencana jadwal perjalanan yang teratur.

8. Harga-harga

- Faktor harga baik untuk barang dan jasa pariwisata maupun ongkos perjalanan merupakan faktor penting dalam menarik minat wisatawan.
- Target wisatawan yang akan diharapkan berkunjung juga harus diperhatikan.

9. Publisitas dan promosi

- Publisitas dan promosi adalah kampanye kepariwisataan yang didasarkan atas rencana atau program yang teratur dan kontinyu
- Yang terpenting dalam kampanye pemasaran pariwisata adalah setiap aspek yang dipromosikan untuk “dijual” harus sesuai fakta.

10. Kesempatan berbelanja

Kesempatan berbelanja dalam industri pariwisata identik dengan kesempatan untuk membeli souvenir di daerah tujuan wisata.

2.1.1 Pengertian Pariwisata

- Pariwisata adalah keseluruhan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan pergerakan manusia yang melakukan pergerakan/perjalanan atau persingahan sementara dari tempat tinggal ke suatu atau beberapa tempat tujuan di luar lingkungan tempat tinggal yang didorong oleh beberapa keperluan tanpa bermaksud mencari nafkah tetap. (*Biro Pusat Statistik, 1986*)
- Pariwisata merupakan pergerakan sementara menuju suatu daerah tujuan yang berada di luar wilayah kerja dan tempat tinggal yang berupa kegiatan yang dilakukan selama berada di lokasi daerah tujuan. (*Mathieson and Wall, 1989*)
- Pariwisata merupakan kegiatan seseorang yang dilakukan diluar wilayah tempattinggalnya, dalam waktu yang singkat untuk singgah dengan tujuan berwisata. (*Rob Davidson, 1993*)
- Pariwisata merupakan gabungan dari berbagai fenomena dan hubungan yang terkait dan tercipta dari interaksi antara wisatawan, penyedia, bisnis, pemerintah setempat, dan penduduk lokal dalam proses menghibur dan menyambut para wisatawan dan para pendatang lainnya. (*Mc. Intosh and Goeldner, 1995*) Dari pengertian-pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang diluar lingkungan tempat melakukan kegiatan sehari-hari seperti bekerja dan tinggal yang dilakukan dalam waktu tertentu tanpa tujuan mencari nafkah tetap. Dalam prakteknya kegiatan pariwisata dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis. Menurut Spillane, pariwisata dapat dikategorikan kedalam enam jenis pariwisata, yaitu sebagai berikut :
 1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (Pleasure Tourism)
 2. Pariwisata untuk rekreasi (Recreation Tourism)
 3. Pariwisata untuk kebudayaan (Cultural Tourism)
 4. Pariwisata untuk olahraga (Sports Tourism)
 5. Pariwisata untuk usaha dagang (Business Tourism)
 6. Pariwisata untuk berkonvensi (Convention Tourism)

2.1.2 Pengertian Wisatawan

Orang yang melakukan perjalanan wisata disebut wisatawan atau tourist. Batasan terhadap wisatawan juga sangat bervariasi, mulai yang umum sampai dengan yang khusus. Menurut Soekadijo (2000:3) wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya, atau hanya untuk sementara waktu tinggal ditempat yang didatanginya. Mereka yang dianggap sebagai wisatawan adalah orang yang melakukan untuk kesenangan, karena alasan kesehatan dan

sebagainya: orang yang melakukan perjalanan untuk pertemuan-pertemuan atau dalam kapasitasnya sebagai perwakilan (ilmu pengetahuan, administrasi, diplomatik, keagamaan, atlet dan alasan bisnis) (Foster, D 1987:7, dalam Sukarsa 1999:10).

2.1.3 Jumlah Wisatawan

Jumlah wisatawan mancanegara adalah banyaknya wisatawan tiap tahun yang berkunjung ke suatu negara didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh pekerjaan dan penghasilan ditempat yang dikunjungi, pada periode tertentu yang diukur dalam satuan orang. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Badung cenderung mengalami peningkatan, walaupun tingkat pertumbuhannya bervariasi tergantung pada situasi ekonomi, sosial, dan politik yang terjadi baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

2.1.4 Jumlah Wisatawan Akan Mendorong Peningkatan Pendapatan

Meningkatnya pendapatan per kapita merupakan salah satu indikasi telah terjadi perubahan struktur dalam proses pembangunan suatu negara. Perubahan struktur dalam proses pembangunan mencakup transformasi ekonomi, sosial dan budaya, ideologi, politik dan kelembagaan. Rostow dalam Sukirno (2006:168), menjelaskan bahwa transformasi masyarakat tradisional sebagai outcome dari pembangunan ekonomi merupakan suatu proses yang berdimensi banyak. Pembangunan ekonomi sebagai suatu proses yang menyebabkan perubahan orientasi sosial yang pada mulanya mengarah ke dalam menjadi orientasi ke luar dan menyebabkan pula terjadi perubahan pandangan masyarakat mengenai jumlah anak dalam keluarga, yaitu semula yang menginginkan banyak anak menjadi lebih sedikit atau membatasi jumlah anggota keluarga. Perubahan orientasi sosial dan pandangan masyarakat mengenai jumlah anak dalam keluarga adalah salah satu aspek faktor pendorong untuk ingin berwisata sebagai perwujudan gaya hidup dan hak untuk berlibur, (Ross, 1998:21).

Peningkatan pendapatan per kapita dari suatu waktu juga mempengaruhi perubahan pola konsumsi individu atau rumah tangga. Secara garis besar, komponen-komponen utama konsumsi dapat dibedakan atas tiga kategori, yaitu konsumsi a) barang tahan lama (kendaraan bermotor, mebel dan perlengkapan rumah tangga, lain-lain), b) barang tidak tahan lama (makanan, pakaian dan sepatu, barang-barang energi, lain-lain), dan c) jasa (perumahan, transportasi, berwisata, perawatan medis, lain-lain). Di negara-negara middle income dan high-income countries, kebutuhan dasar untuk makanan telah terpenuhi dan kesehatan, rekreasi dan pendidikan menuntut bagian yang lebih besar dari anggaran keluarga. Pola konsumsi rumah tangga mencerminkan tingkat kualitas hidup sebagai suatu indikator tingkat kesejahteraan penduduk.

Pendapatan per kapita dapat diartikan sebagai faktor pendorong setiap individu untuk berwisata diakibatkan adanya perubahan orientasi sosial, nilai-nilai sosial dalam keluarga sebagai perwujudan gaya hidup dan hak-hak berlibur. Di samping itu pendapatan per kapita mempengaruhi tingkat konsumsi. Jika pendapatan meningkat maka konsumsi juga meningkat. Akan tetapi, semakin tinggi tingkat pendapatan pola konsumsi cenderung berubah yang dicirikan oleh menurunnya alokasi pengeluaran untuk katagori konsumsi makanan. Sebaliknya, terjadi peningkatan alokasi pengeluaran untuk konsumsi non makanan diantaranya pendidikan, kesehatan, dan rekreasi. Pariwisata internasional tercipta sebagai akibat kerjasama antar negara, dimana negara-negarayang pendapatan perkapitanya tinggi sebagai pihak pengirim wisatawan. Sebaliknya, negara-negara yang pendapatan per kapitanya yang memiliki potensi pariwisata sebagai pihak penerima wisatawan atau daerah tujuan wisata (DTW).

Semakin meningkat pendapatan per kapita suatu negara, maka tingkat kecenderungan penduduknya semakin banyak bepergian untuk berwisata ke negara lain. Dengan semakin banyaknya wisatawan datang untuk berlibur, sehingga kunjungan wisatawan mancanegara akan mengalami peningkatan akan menyebabkan pula meningkatnya devisa yang diterima oleh negara penerima atau yang menjadi Daerah Tujuan Wisata (DTW).

2.2 Hubungan Pariwisata dan Pertumbuhan Ekonomi

Hubungan pariwisata dan pertumbuhan ekonomi dapat dikonfrontasimelalui dua pendekatan, yaitu : *pertama*, pendekatan *Keynesian* tentang pengganda (*multiplier*), yang memperlakukan pariwisata internasional sebagai komponen eksogen dari permintaan agregat yang mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan, dan karena itu terhadap lapangan kerja melalui proses *multiplier*. Namun pendekatan ini banyak menerima kritik karena agak statis dan tidak memungkinkan untuk menyimpulkan dampak pariwisata dalam jangka panjang.

Kedua, pendekatan model pertumbuhan endogen dua sektor Lucas, yang penggunaannya untuk sektor pariwisata dipelopori oleh Lanza and Pigliaru (1995). Dalam model ini pariwisata dikaitkan dengan kondisi maksimisasi laju pertumbuhan. Apabila produktivitas menjadi elemen utama dari pertumbuhan, dengan asumsi kemajuan teknologi di sektor manufaktur lebih tinggi dibandingkan sektor pariwisata, maka spesialisasi pariwisata akan mendorong pertumbuhan. Hal ini bisa terjadi hanya apabila perubahan nilai tukar perdagangan (*terms of trade*) antara pariwisata dan barang-barang manufaktur lebih dari sekedar menyeimbangkan kesenjangan teknologi (*technological gap*) sektor pariwisata. Kondisi tersebut berlaku apabila elastisitas substitusi antara pariwisata dan

barang manufaktur lebih kecil dari satu (inelastis). Selain itu, dengan mengacu pada teori hubungan perdagangan dan pertumbuhan, hubungan antara pariwisata dan pertumbuhan ekonomi diidentifikasi bersifat kausalitas.

Pola hubungan kausalitas ini didasarkan pada tiga hipotesis yang berbeda, yaitu :

1. Hipotesis pertumbuhan yang bertumpu pada pariwisata (*tourism-led economic growth hypothesis*), yang menganggap ekspansi pariwisata mempengaruhi pertumbuhan ekonomi;
2. Hipotesis pertumbuhan pariwisata yang digerakkan oleh pertumbuhan ekonomi (*economicdriven tourism growth hypothesis*), yang menganggap pertumbuhan ekonomi mempengaruhi ekspansi pariwisata; dan
3. Hipotesis kausalitas timbal balik (*reciprocal causal hypothesis*), yang menganggap hubungan kausal antara pertumbuhan ekonomi dan ekspansi pariwisata bersifat dua arah (*bidirectional*), dimana dorongan pada kedua variabel tersebut saling memberikan manfaat. Pengakuan adanya hubungan kausal antara pertumbuhan ekonomi dan ekspansi pariwisata sangat penting karena bisa memberikan implikasi yang bermanfaat bagi pengambilan keputusan kebijakan yang relevan. Namun demikian, apabila ditemukan tidak adanya hubungan kausal antara ekspansi pariwisata dan pertumbuhan ekonomi, hasilnya dapat digunakan sebagai indikasi untuk menunjukkan efektivitas strategi promosi pariwisata. Beberapa argumen lain melihat keterkaitan antara pariwisata dan pertumbuhan ekonomi dengan fokus pada dampak ekonomi makro dari pariwisata, yaitu : *Pertama*, pariwisata memiliki dampak langsung terhadap perekonomian, antara lain terhadap penciptaan lapangan kerja, redistribusi pendapatan, dan penguatan neraca pembayaran. Belanja turis, sebagai bentuk alternatif dari ekspor memberikan kontribusi berupa penerimaan devisa (neraca pembayaran) dan pendapatan yang diperoleh dari ekspansi pariwisata. Penerimaan devisa dari pariwisata juga bisa digunakan untuk mengimpor barang-barang modal untuk menghasilkan barang-barang dan jasa, yang pada gilirannya menyebabkan pertumbuhan ekonomi.

Kedua, efek stimulasi (*induced affects*) terhadap pasar produk tertentu, sektor pemerintah, pajak dan juga efek imitasi (*imitation effect*) terhadap komunitas. Salah satu manfaat utama bagi komunitas lokal yang diharapkan dari pariwisata adalah kontribusinya yang signifikan terhadap perekonomian daerah, terutama peningkatan pendapatan dan pekerjaan baru di daerah. Pelaku bisnis di daerah tentu saja memperoleh manfaat langsung dari belanja turis. Karena pelaku bisnis membayar pekerja dan karena pelaku bisnis dan pekerja membelanjakan kekayaan mereka yang meningkat, maka secara keseluruhan komunitas di daerah juga memperoleh manfaat. Sehingga uang yang dibelanjakan oleh

turis adalah uang baru dalam perekonomian daerah, bukan kekayaan sebelumnya yang digunakan kembali (*recycling*).

2.3 Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata berkelanjutan didefinisikan oleh UNWTO yaitu sebagai "*Pariwisata yang memperhitungkan secara penuh dampak ekonomi, sosial dan lingkungan sekarang dan yang akan datang, menjawab kebutuhan pengunjung, industri (pariwisata), lingkungan dan komunitas tuan rumah*". Mengapa pariwisata berkelanjutan begitu penting bagi Indonesia, negara dengan ribuan pulau dengan berbagai ukuran, kaya akan sumberdaya alami dan juga budaya, terbentang sepanjang khatulistiwa. Hingga sekarang ini, hanya sebagian kecil penduduk yang mampu menikmati potensi manfaat pariwisata, karena kendala multi dimensi, ekonomi maupun budaya. Kebanyakan wisatawan mengunjungi destinasi terkenal dan hanya sedikit saja yang telah menjelajahi nusantara di luar jalur yang populer, dan yang sekaligus menyebarkan kontribusi ekonomi yang berasal dari pengeluaran pengunjung secara lebih luas. Beberapa komunitas tuan rumah telah mendorong berbagai bentuk pengembangan kepariwisataan dan mendapat manfaat ekonomi melalui pekerjaan, peluang pendidikan baru dan peningkatan kualitas hidup. Banyak yang tidak mempunyai peluang terlibat dalam sektor pariwisata seperti itu karena sejumlah alasan politis, geografis, sosial, budaya atau bisnis. Beberapa komunitas tuan rumah pembangunan kepariwisataan tidak menikmati hak untuk mendapatkan manfaat dari model pembangunan kepariwisataan yang bersifat 'tertutup' (*enclave*) di daerahnya.

Praktek pariwisata berkelanjutan tidak hanya berarti mengkonsumsi sumberdaya alami dan budaya saja, melainkan juga mengonservasikannya juga; tidak hanya bermanfaat bagi sedikit orang, akan tetapi bertujuan mendistribusikan keuntungan secara lebih luas di antara para pemangku kepentingan dan komunitas. Pariwisata berkelanjutan merupakan konsep yang komprehensif, dimaksudkan untuk segala macam usaha pariwisata: baik di daerah perkotaan maupun di daerah perdesaan, skala besar dan kecil, swasta maupun pemerintah. Pembangunan kepariwisataan berkelanjutan merupakan suatu agenda publik yang penting untuk semua pemangku kepentingan di semua tingkat.

Pembangunan berkelanjutan dari pariwisata (UNWTO) Pedoman dan Praktek Pengelolaan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan dapat diterapkan pada semua bentuk pariwisata dalam semua jenis destinasi, termasuk pariwisata massal dan berbagai macam segmen 'niche'. Prinsip-prinsip keberlanjutan mengacu kepada aspek-aspek lingkungan, ekonomi dan sosio-budaya dalam pembangunan kepariwisataan, dan keseimbangan yang

sesuai harus dibentuk antara ketiga dimensi tersebut untuk menjamin keberlanjutannya dalam jangka panjang. pariwisata berkelanjutan hendaknya sebagai berikut:

1. Memanfaatkan sumberdaya lingkungan yang menjadi elemen kunci dalam pembangunan kepariwisataan secara optimal , menjaga proses ekologi penting dan membantu mengkonservasikan pusaka alam dan keaneka-ragaman hayati.

2. Menghormati keotentikan sosio-budaya dan komunitas tuan rumah, melestarikan pusaka buatan dan kehidupan budaya masa kini, nilai-nilai tradisional, dan berkontribusi terhadap pemahaman antar budaya dan toleransi.

3. Memastikan berlangsungnya operasi jangka panjang, yang memberikan manfaat sosio-ekonomi kepada semua pemangku kepentingan yang terdistribusi secara berkeadilan, termasuk lapangan kerja yang stabil dan peluang komunitas tuan rumah untuk beroleh pendapatan dan pelayanan sosial, serta berkontribusi terhadap penghapusan kemiskinan. Pembangunan pariwisata berkelanjutan memerlukan partisipasi dari semua pemangku kepentingan yang mendapat informasi, dan juga kepemimpinan politik yang kuat untuk menjamin adanya partisipasi yang luas dan terbangunnya konsensus. Mencapai pariwisata berkelanjutan merupakan proses yang berkesinambungan dan hal itu memerlukan pemantauan dampak secara konstan, mengenalkan tindakan pencegahan dan/atau tindakan korektif bilamana diperlukan. Pariwisata berkelanjutan juga harus menjaga tingkat kepuasan wisatawan yang tinggi dan menjamin pengalaman yang penuh makna bagi wisatawan, menumbuhkan kesadaran tentang isu-isu keberlanjutan dan mempromosikan praktek-praktek pariwisata berkelanjutan di antara mereka.

2.4 Pengembangan Pariwisata

Pada hakekatnya pengembangan adalah suatu proses untuk memperbaiki dan meningkatkan sesuatu yang ada. Pengembangan obyek wisata merupakan kegiatan membangun, memelihara, dan melestarikan pertanaman, sarana dan prasarana maupun fasilitas lainnya. Fandeli (1995: 24) mengemukakan bahwa pengembangan pariwisata pada dasarnya adalah pengembangan masyarakat dan wilayah yang didasarkan pada:

- a. Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas dan tradisi lokal.
- b. Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata kepada penduduk lokal.
- c. Berorientasi kepada pengembangan wisata berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi pada teknologi kooperatif.
- d. Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang tradisi budaya dengan dampak negatif yang seminimal mungkin.

Dalam Undang-Undang R1 No 10 Tahun 2009 Pasal 6 dan 7, tentang pembangunan pariwisata disebutkan bahwa pembangunan pariwisata haruslah memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam serta kebutuhan manusia untuk berwisata (Pasal 6). Pembangunan pariwisata meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan pariwisata (Pasal 7).

Pembangunan pariwisata itu sendiri mempunyai tujuan yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan banyak orang tanpa membedakan kelas sosial. Oleh karena itu pengembangan pariwisata perlu memperhatikan kemungkinan kerja sama antar pihak-pihak terkait dalam hal ini masyarakat, pemerintah dan swasta yang diharapkan mampu mendukung kelanjutan pembangunan pariwisata di suatu daerah.

Menurut beberapa pakar seperti Cooper, Fletcherm Gilbertm Stepherd and Wanhill (1998) dalam Sunaryo (2013: 159) menjelaskan bahwa kerangka pengembangan pariwisata paling tidak harus mencakup komponen-komponen utama sebagai berikut:

- a. Obyek atau daya tarik (*attractions*), yang mencakup daya tarik alam, budaya, maupun buatan/ *artificial*, seperti event atau yang sering disebut sebagai minat khusus (*special interest*).
- b. Aksesibilitas (*accessibility*), yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi lain.
- c. Amenitas (*amenity*), yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi akomodasi, rumah makan (*food and baverage*), retail, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, biro perjalanan, pusat informasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya.
- d. Fasilitas pendukung (*ancillary services*) yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan sebagainya.
- e. Kelembagaan (*institutions*) yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsure dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah (*host*).

Pengembangan pariwisata memerlukan teknik perencanaan yang baik dan tepat. Teknik perencanaan itu harus menggabungkan beberapa aspek penunjang kesuksesan pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah aspek aksesibilitas (transportasi dan saluran pemasaran), karakteristik infrastruktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan/ kompatibilitas dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata, tingkat resistensi komunitas lokal, dan seterusnya (Pitana, 2009: 134).

Menurut Carter dan Fabricus (2007) dalam Sunaryo (2013: 172), berbagai elemen dasar yang harus diperhatikan dalam perencanaan pengembangan pariwisata paling tidak mencakup aspek-aspek sebagai berikut:

a. Pengembangan Atraksi dan Daya Tarik Wisata

Atraksi merupakan daya tarik yang akan melahirkan motivasi dan keinginan bagi wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata.

b. Pengembangan Amenitas dan Akomodasi Wisata

Berbagai fasilitas wisata yang perlu dikembangkan dalam aspek amenities paling tidak terdiri dari akomodasi, rumah makan, pusat informasi wisata, toko cinderamata, pusat kesehatan, pusat layanan perbankan, sarana komunikasi, pos keamanan, Biro Perjalanan Wisata, ketersediaan air bersih, listrik, dan lain sebagainya.

c. Pengembangan Aksesibilitas

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

d. Pengembangan *Image* (Citra Wisata)

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

2.5 Dampak Pariwisata

2.5.1 Dampak Fisik

Dampak fisik, yaitu dampak pembangunan dan pengembangan pariwisata yang berhubungan dengan pembangunan fisik. Adapun dampak fisik pengembangan pariwisata meliputi: fisik alami, dan lingkungan fisik binaan (rekayasa menciptakan lingkungan yang menarik). Lebih lanjut dikatakan, berkembangnya fisik kawasan dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu: perubahan penyediaan fasilitas (resort dan transportasi), perubahan perilaku dan sikap wisatawan, perilaku pengambilan keputusan, antisipasi penduduk local. Sedangkan karakter dan perkembangan fisik, dipengaruhi oleh:

- Kondisi fisik alami (topografi, vegetasi, flora fauna, lingkungan).
- Struktur dan pengembangan ekonomi kawasan: (perkembangan ekonomi, ruang investasi).
- Organisasi dan struktur sosial (budaya lokal, pendidikan, orsos, persepsi) organisasi politik (Peraturan dan UU, insentif, organisasi pariwisata).

- Tingkat pengembangan masyarakat

2.5.2 Dampak Sosial Budaya Pengembangan Pariwisata

Dampak sosial-budaya pembangunan pariwisata, yaitu dampak pengembangan pariwisata terhadap sosial budaya masyarakat. Dampak sosial-budaya ini dapat bersifat positif dan negatif. Dampak positif pariwisata terhadap sosial budaya diantaranya:

1. Meningkatnya kualitas warisan budaya.
2. Meningkatnya usaha pelestarian bahasa tradisional.
3. Berkembangnya pasar kerajinan tradisional.
4. Berkembangnya bentuk dan disain kerajinan tradisional.
5. Meningkatnya pemahaman tentang gaya hidup bangsa-bangsa lain di dunia.
6. Adopsi nilai dan perilaku positif dari wisatawan.
7. Pengalaman bergaul dan bekerja dengan orang dari masyarakat luar.

Sedangkan dampak negatif pariwisata terhadap sosial-budaya yaitu:

1. Bangunan tidak lagi bergaya arsitektur tradisional.
2. Adanya tekanan terhadap bahasa tradisional (banyaknya kosa kata asing dalam bahasa tradisional).
3. Produk produksi lokal digantikan oleh produk yang digemari wisatawan.
4. Berubahnya bentuk kerajinan tradisional sesuai selera wisatawan.
5. Berubahnya gaya hidup masyarakat seperti mengkonsumsi *fast food*.
6. Hilangnya kepercayaan sebab harus berperilaku sebagai pelayan wisatawan.
7. Meningkatnya kejahatan prostitusi, dll.

2.5.3 Dampak Ekonomi Pariwisata

Menurut Dirjen Pariwisata (1976: 26) manfaat pariwisata di bidang ekonomi yaitu Perkembangan pariwisata merangsang tumbuhnya usaha-usaha tertentu yang saling menunjang (memperluas dasar-dasar perekonomian suatu Negara), memperbesar penanaman modal, baik pemerintah atau swasta dalam pengadaan sarana dan fasilitas kepariwisataan, dan mendorong pembangunan sarana dan prasarana kepariwisataan :

A. Menurut Hari Karyono (1997: 95-98), dampak pariwisata dalam kehidupan ekonomi antara lain:

- 1) Makin luasnya Kesempatan Kerja.

Lapangan usaha yang dapat guna menyesuaikan keperluan wisatawan cukup luas, seperti hotel, restoran, biro perjalanan, pramuwisata, perusahaan angkutan, toko cinderamata, pusat perbelanjaan, dan lain sebagainya.

- 2) Makin luasnya lapangan Kerja.

Untuk menjalankan usaha yang tumbuh di butuhkan tenaga kerja. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung makin banyak pula jenis usaha yang tumbuh sehingga makin luas pula lapangan kerja yang tercipta.

3) Meningkatkan Pendapatan Masyarakat dan Pemerintah.

Meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah berasal dari pembelanjaan dan biaya yang dikeluarkan wisatawan selama perjalanan dan persinggahan, seperti untuk hotel, makan dan minum, cinderamata, dan angkutan. Masyarakat bertambah pendapatannya dari pembelajaran wisatawan secara langsung. Pemerintah akan mendapat devisa yang berasal dari wisatawan dan juga berupa pajak perusahaan serta bentuk-bentuk pajak lainnya.

4) Mendorong Peningkatan dan Pertumbuhan di Bidang Pembangunan Sektor Lain. Salah satu ciri khas pariwisata adalah sifatnya yang tergantung dan terkait dengan bidang pembangunan sektor lainnya. Artinya, pariwisata baru bisa berkembang dengan baik apabila pembangunan lainnya juga tumbuh dengan baik.

5) Harga di Daerah yang Menjadi Tujuan Wisata Makin Tinggi.

Kunjungan para wisatawan dilihat oleh masyarakat setempat sebagai kesempatan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Oleh karena itu, masyarakat yang membuka berbagai usaha (dagang dan jasa) akan mengambil keuntungan yang sebenar-sebenarnya dengan cara menaikkan harga.

6) Terjadi sifat ikut-ikutan oleh Masyarakat Setempat.

Makin banyak masyarakat yang hanya mampu melihat keuntungan yang diperoleh, tanda mau mengetahui seluk beluk kegiatan usaha di bidang pariwisata. Sebagai akibatnya banyak pada potensi yang tidak bisa berdagang, menjual sawah atau kebunnya untuk bisa ikut membuka usaha seperti toko cinderamata, restoran, bahkan penginapan. Akan tetapi, hanya karena ikut-ikutan dan tidak mengerti seluk beluknya sehingga dapat kerugian.

Berdasarkan berbagai dampak pariwisata terhadap kondisi ekonomi di atas, maka dampak positifnya antara lain membuka kesempatan usaha dan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat dan pendapatan pemerintah, mendorong peningkatan dan pertumbuhan pembangunan sektor lain (kesimpulan penulis).

B. Menurut Oka A. Yoeti (1997: 64), dampak pariwisata terhadap perekonomian di Negara yang di kunjungi adalah:

- 1) Memberikan kesempatan kerja atau dapat memperkecil pengangguran.
- 2) Peningkatan penerimaan pajak dan retribusi daerah.
- 3) Meningkatkan pendapatan nasional (National Income).

- 4) Memperkuat posisi neraca pembayaran(Net Balance Payment).
- 5) Memberi efek multiplier dalam perekonomian setempat.

2.5 Metodologi Penelitian

Metodologi merupakan cara atau metode yang digunakan dalam proses penelitian berdasarkan tujuan penelitian atau masalah yang akan diteliti. Menurut Sukmadinata (2008), metode penelitian (*research methods*) merupakan “cara-cara yang digunakan oleh peneliti dalam merancang, melaksanakan, pengolah data, dan menarik kesimpulan berkenaan dengan masalah penelitian tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian deskriptif (*descriptive research*) menurut Sukmadinata (2008) merupakan suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau.

Dalam penelitian ini peneliti fokus pada pengaruh pengembangan pariwisata terhadap kehidupan masyarakat lokal yang dilihat dari aspek ekonomi yang meliputi perubahan mata pencarian, pendapatan dan kesempatan kerja.

2.5.1 Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data

A. Teknik Pengumpulan Data dan Informasi

Pada tahap pengumpulan data ini, hal yang dilakukan adalah mencari data-data yang diperlukan dalam penelitian baik itu data primer dari hasil survey lapangan maupun data sekunder dari hasil survey instansional.

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh dari hasil survey lapangan secara langsung. Teknik pengumpulan data yang dilakukan diantaranya adalah:

a) Observasi lapangan

Pengamatan secara langsung di lokasi penelitian yaitu di Kawasan Waduk Tempuran, Desa Tempuran, Kecamatan Blora Kota, Kabupaten Blora.

b) Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk membantu dan melengkapi pengumpulan data yang tidak dapat diungkap dengan teknik observasi. Teknik yang digunakan untuk memperoleh data melalui wawancara dengan menggunakan purposive sampling. Wawancara dilakukan secara langsung dengan informan yang terdiri dari aparat masyarakat Desa Tempuran, masyarakat setempat yang terlibat maupun tidak terlibat dalam kegiatan kepariwisataan, Kepala Desa Banten, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Blora dan pengelola Obyek Wisata Waduk Tempuran.

c) Kuesioner

Metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner atau daftar pertanyaan untuk diisi langsung oleh responden. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Tempuran, Kecamatan Blora Kota, Kabupaten Blora.

d) Dokumentasi Lapangan

Dokumentasi ini digunakan untuk mempermudah melakukan pengamatan dilapangan, mempermudah dalam melakukan pengeditan dan kajian data selanjutnya serta memperoleh gambaran suasana di lapangan. Untuk mendokumentasikan kondisi Wisata yang memiliki konsep *duo tourism objects* di Kawasan Waduk Tempuran, Desa Tempuran, Kecamatan Blora Kota, Kabupaten Blora.

2. Data sekunder

Data sekunder diperoleh dari hasil survey instansional. Teknik data yang dilakukan adalah :

a) Studi dokumen

Dengan menelaah data-data yang diperoleh dari desa/ kelurahan maupun instansi atau lembaga lain yang terkait.

b) Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk memperoleh teori-teori yang relevan sebagai acuan dalam mendukung penelitian.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif. (Margono, 2004)

Teknik pengambilan sampel pada Proyek Akhir ini dengan menggunakan Simple random sampling adalah suatu tipe sampling probabilitas, di mana peneliti dalam memilih sampel dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk ditetapkan sebagai anggota sampel. Dengan teknik semacam itu maka terpilihnya individu menjadi anggota sampel benar-benar atas dasar faktor kesempatan (chance), dalam arti memiliki kesempatan yang sama, bukan karena adanya pertimbangan subjektif dari peneliti. Teknik ini merupakan teknik yang paling objektif, dibandingkan dengan teknik-teknik sampling yang lain (Henny Kartika : 2008)

Untuk mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan dan mencadarkan populasi, maka dalam penentuan sampel penelitian ini digunakan rumus Slovin (dalam Umar, 2004) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir.

Diketahui jumlah penduduk Desa Tempuran pada tahun 2017 yaitu 1.089 jiwa, maka dengan menggunakan asumsi nilai α adalah 10% maka didapatkan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1.089}{1 + 1.089(0,1)^2} = 92 \text{ Responden}$$

Hasil perhitungan menunjukkan jumlah responden yang akan disurvei agar mendapat jawaban yang mempersentasikan penduduk Desa Tempuran khususnya penduduk di sekitar objek wisata Waduk Tempuran baik yang terlibat maupun tidak terlibat terkait kegiatan pariwisata adalah 92 responden.

2.5.2 Metode Analisis

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2013:244). Pada tahap analisis data ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengembangan pariwisata terhadap kehidupan masyarakat lokal dilihat dari aspek ekonomi. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara analisis deskriptif kuantitatif dan analisis regresi linier berganda.

2.5.2.1 Metode Analisis Deskriptif Kuantitatif

Fungsi statistik deskriptif antara lain mengklasifikasikan suatu data variabel berdasarkan kelompoknya masing-masing dari semula belum teratur dan mudah diinterpretasikan maksudnya oleh orang yang membutuhkan informasi tentang keadaan

variabel tersebut. Selain itu statistik deskriptif juga berfungsi menyajikan informasi sedemikian rupa, sehingga data yang dihasilkan dari penelitian dapat dimanfaatkan oleh orang lain yang membutuhkan.

Ciri analisis kuantitatif adalah selalu berhubungan dengan angka, baik angka yang diperoleh dari pencacahan maupun penghitungan. Data yang telah diperoleh dari pencacahan selanjutnya diolah dan disajikan dalam bentuk yang lebih mudah dimengerti oleh pengguna data tersebut. Sajian data kuantitatif sebagai hasil analisis kuantitatif dapat berupa angka-angka maupun gambar-gambar grafik (Arikunto, 1993: 363). Analisis kuantitatif yang biasa digunakan adalah analisis statistik. Biasanya analisis ini terbagi ke dalam dua kelompok, yaitu:

1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi semata dalam arti tidak mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau melakukan penarikan kesimpulan. Teknik analisis ini biasa digunakan untuk penelitian-penelitian yang bersifat eksplorasi. Penelitian-penelitian jenis ini biasanya hanya mencoba untuk mengungkap dan mendeskripsikan hasil penelitiannya. Biasanya teknik statistik yang digunakan adalah statistik deskriptif. Teknik analisis statistik deskriptif yang dapat digunakan antara lain:

- Penyajian data dalam bentuk tabel atau distribusi frekuensi dan tabulasi silang (crosstab). Dengan analisis ini akan diketahui kecenderungan hasil temuan penelitian, apakah masuk dalam kategori rendah, sedang atau tinggi.
- Penyajian data dalam bentuk visual seperti histogram, poligon, ogive, diagram batang, diagram lingkaran, diagram pastel (pie chart), dan diagram lambang.
- Penghitungan ukuran tendensi sentral (mean, median modus).
- Penghitungan ukuran letak (kuartil, desil, dan persentil).
- Penghitungan ukuran penyebaran (standar deviasi, varians, range, deviasi kuartil, mean deviasi, dan sebagainya).

2. Statistik Inferensial

Data statistik deskriptif hanya bersifat memaparkan data, maka dalam statistik inferensial sudah ada upaya untuk mengadakan penarikan kesimpulan dan membuat keputusan berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Biasanya analisis ini mengambil sampel tertentu dari sebuah populasi yang jumlahnya banyak, dan dari hasil analisis

terhadap sampel tersebut digeneralisasikan terhadap populasi. Oleh karena itulah statistik inferensial ini juga disebut dengan istilah statistik induktif.

2.5.2.2 Metode Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Dalam model regresi, variabel independen menerangkan variabel dependennya. Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antara variabel bersifat linier, dimana perubahan pada variabel X akan diikuti oleh perubahan pada variabel Y secara tetap. Sementara pada hubungan non linier, perubahan variabel X tidak diikuti dengan perubahan variabel y secara proporsional. seperti pada model kuadratik, perubahan x diikuti oleh kuadrat dari variabel x. Hubungan demikian tidak bersifat linier.

Secara matematis model analisis regresi linier sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y = A + BX + e$$

Keterangan :

Y adalah variabel dependen atau respon

A adalah intercept atau konstanta

B adalah koefisien regresi atau slope

e adalah residual atau error

Secara praktis analisis regresi linier sederhana memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Model regresi sederhana dapat digunakan untuk forecast atau memprediksi nilai Y. Namun sebelum melakukan forecasting, terlebih dahulu harus dibuat model atau persamaan regresi linier. Ketika model yang fit sudah terbentuk maka model tersebut memiliki kemampuan untuk memprediksi nilai Y berdasarkan variabel Y yang diketahui. Katakanlah sebuah model regresi digunakan untuk membuat persamaan antara pendapatan (X) dan konsumsi (Y). Ketika sudah diperoleh model yang fit antara pendapatan dengan konsumsi, maka kita dapat memprediksi berapa tingkat konsumsi masyarakat ketika kita sudah mengetahui pendapatan masyarakat.
2. Mengukur pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Misalkan kita memiliki satu serial data variabel Y, melalui analisis regresi linier sederhana kita dapat membuat model variabel-variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel Y. Hubungan antara variabel dalam analisis regresi bersifat kausalitas atau sebab akibat. Berbeda

halnya dengan analisis korelasi yang hanya melihat hubungan asosiatif tanpa mengetahui apa variabel yang menjadi sebab dan apa variabel yang menjadi akibat. Model regresi linier sederhana yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi berikut:

1. Eksogenitas yang lemah, kita harus memahami secara mendasar sebelum menggunakan analisis regresi bahwa analisis ini mensyaratkan bahwa variabel X bersifat fixed atau tetap, sementara variabel Y bersifat random. Maksudnya adalah satu nilai variabel X akan memprediksi variabel Y sehingga ada kemungkinan beberapa variabel Y. dengan demikian harus ada nilai error atau kesalahan pada variabel Y. Sebagai contoh ketika pendapatan (X) seseorang sebesar Rp 1 juta rupiah, maka pengeluarannya bisa saja, Rp 500 ribu, Rp 600 ribu, Rp 700 ribu dan seterusnya.
2. Linieritas, seperti sudah dijelaskan sebelumnya bahwa model analisis regresi bersifat linier. artinya kenaikan variabel X harus diikuti secara proporsional oleh kenaikan variabel Y. Jika dalam pengujian linieritas tidak terpenuhi, maka kita dapat melakukan transformasi data atau menggunakan model kuadratik, eksponensial atau model lainnya yang sesuai dengan pola hubungan non-linier.
3. Varians error yang konstan, ini menjelaskan bahwa varians error atau varians residual yang tidak berubah-ubah pada respon yang berbeda. asumsi ini lebih dikenal dengan asumsi homoskedastisitas. Mengapa varians error perlu konstan? karena jika konstan maka variabel error dapat membentuk model sendiri dan mengganggu model. Oleh karena itu, penanggulangan permasalahan heteroskedastisitas/non-homoskedastisitas dapat diatasi dengan menambahkan model varians error ke dalam model atau model ARCH/GARCH.
4. Autokorelasi untuk data time series, jika kita menggunakan analisis regresi sederhana untuk data time series atau data yang disusun berdasarkan urutan waktu, maka ada satu asumsi yang harus dipenuhi yaitu asumsi autokorelasi. Asumsi ini melihat pengaruh variabel lag waktu sebelumnya terhadap variabel Y. Jika ada gangguan autokorelasi artinya ada pengaruh variabel lag waktu sebelumnya terhadap variabel Y.

2.6 Variabel Penelitian

Berikut ini adalah variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian disajikan pada tabel sebagai berikut ini.

Tabel II- 1
Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Metode	Keterangan
Karakteristik Responden	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis kelamin - Tingkat pendidikan - Lama tinggal di wilayah penelitian - Tingkat pengetahuan 	Wawancara dan kuesioner dengan masyarakat setempat serta dilengkapi data sekunder dari Desa, Kecamatan dan BPS.	Menggambarkan karakteristik responden di wilayah penelitian yakni Desa Tempuran.
Ekonomi Masyarakat			
• Mata Pencaharian	<ul style="list-style-type: none"> - Pekerjaan masyarakat lokal sebelum adanya pengembangan - Pekerjaan masyarakat saat ini 	Wawancara, kuesioner dengan masyarakat di lokasi penelitian serta dilengkapi data sekunder dari Desa, Kecamatan dan BPS.	Menggambarkan mata pencaharian penduduk sebelum dan sesudah adanya pengembangan
• Pendapatan	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat pendapatan masyarakat perbulan dalam bidang pariwisata - Pengaruh pariwisata terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat lokal Desa Tempuran 	<ul style="list-style-type: none"> - Wawancara dan kuesioner dengan masyarakat di wilayah penelitian di Desa Tempuran - Analisis Regresi Linier Sederhana 	Untuk menggambarkan pengaruh aktivitas pariwisata terhadap pendapatan pariwisata Waduk Tempuran
• Kesempatan Kerja	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis usaha yang berkembang di tempat tujuan wisata sebelum dan sesudah pengembangan - Jumlah yang bekerja dalam 	Wawancara dan kuesioner dengan masyarakat setempat dan observasi di wilayah penelitian serta data sekunder yang	Menggambarkan usaha-usaha yang berkembang sebelum dan sesudah pengembangan serta serapan kerja di wilayah penelitian

Variabel	Sub Variabel	Metode	Keterangan
	setiap usaha di kawasan objek wisata	berasal dari Desa atau pihak yang terkait	

Sumber: Analisis Peneliti Tahun 2018

• Definisi Operasional

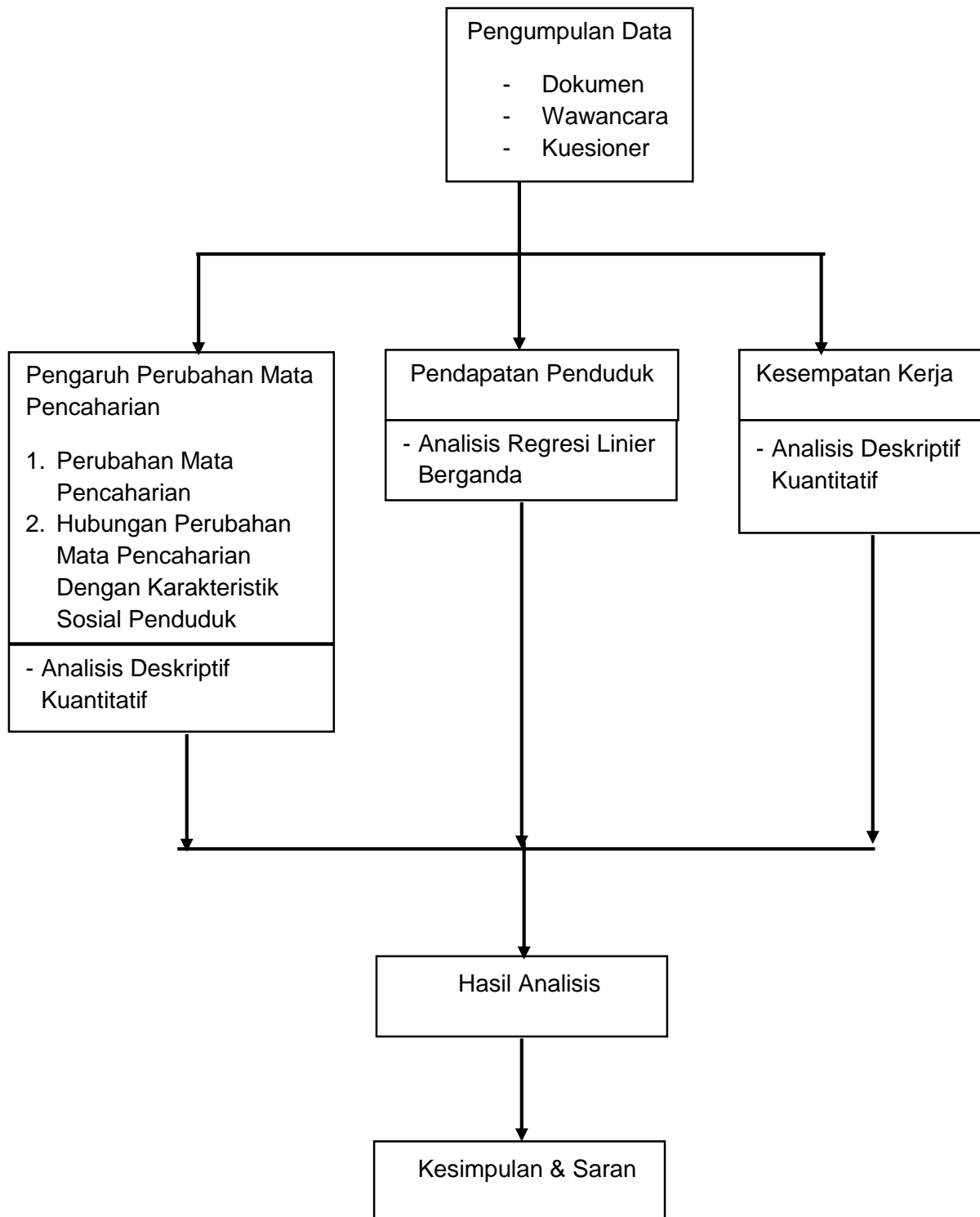
1. Masyarakat lokal adalah sekelompok warga yang tinggal di Kawasan Waduk Tempuran, di Desa Tempuran yang hidup bersama dan memenuhi kebutuhan hidupnya.
2. Penduduk asli adalah penduduk yang tinggal di Desa Tempuran Lebih dari 20 tahun.
3. Pengaruh ekonomi adalah pengaruh dari perubahan sosial ekonomi yang terjadi terhadap masyarakat sebelum ada pengembangan pembangunan dan setelah adanya pengembangan pembangunan.
4. Pengaruh pariwisata adalah perubahan-perubahan yang terjadi terhadap masyarakat sebagai komponen dalam lingkungan hidup sebelum ada kegiatan pariwisata dan setelah ada kegiatan pariwisata.
5. Pendapatan adalah tingkat pendapatan total yang diperoleh responden selama sebulan baik dari mata pencarian utama maupun diluar mata pencarian utama.
6. Mata pencarian adalah jenis mata pencaharian utama yang menopang seluruh kehidupan rumah tangga responden.
7. Kesempatan kerja adalah munculnya jenis pekerjaan/usaha baru di kawasan wisata.
8. Kondisi Sebelum Kegiatan Pariwisata adalah periode sebelum tahun 2000 ketika belum berkembangnya kegiatan pariwisata di Waduk Tempuran, Desa Tempuran Kecamatan Blora Kota, Kabupaten Blora.
9. Kondisi Setelah Kegiatan Pariwisata adalah periode setelah tahun 2000 ketika belum berkembangnya kegiatan pariwisata di Waduk Tempuran, Desa Tempuran Kecamatan Blora Kota, Kabupaten Blora.

2.7 Kerangka Analisis

Kerangka analisis merupakan suatu teknis sistem kerja berdasarkan tahapan dari langkah yang diambil dalam proses olah data baik data sekunder maupun data primer. Proyek Akhir yang berjudul "Analisis Pengaruh Pengembangan Pariwisata Di Kawasan Waduk Tempuran" membutuhkan alat analisis yang tepat. Alat analisis yang digunakan menggunakan 2 metode. Berdasarkan metode analisis yang digunakan pada Proyek Akhir

ini, peneliti memaparkan data dengan alat analisis berupa metode analisis deskriptif kuantitatif dan analisis regresi linier berganda.

Langkah pertama yang dilakukan peneliti adalah pengumpulan data yang dibutuhkan dengan cara dokumen, wawancara dan kuesioner. Tahap kedua adalah analisis dengan menggunakan alat analisis. Pada subbab pengaruh perubahan mata pencaharian menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Subbab pendapatan pariwisata menggunakan alat analisis regresi linier sederhana, karena untuk pendapatan masyarakat lokal diambil karena untuk mendapatkan data seberapa berpengaruh aktivitas pariwisata dengan terhadap pendapatan pariwisata. Membutuhkan hasil pengaruh dari hubungan variabel-variabel bebas dan variabel terikat sehingga hasil analisis pendapatan pariwisata dapat dikatakan valid, dan subbab Kesempatan Kerja menggunakan alat analisis Analisis Deskriptif Kuantitatif. Langkah ketiga adalah hasil analisis diperjelas. Tahap keempat yaitu membuat kesimpulan dan saran sebagai hasil analisis yang dibuat dengan singkat dan lebih jelas sehingga lebih mudah untuk dimengerti.



Sumber : Hasil Analisis, Tahun 2018

Gambar 2. 1
Kerangka Analisis