

SOSIOLOGI PARIWISATA

Pengantar Ke Arah Isu Pembangunan
Kepariwisataan

Dalam dunia yang semakin terhubung ini, studi mengenai sosiologi pariwisata tidak hanya menjadi relevan, tetapi juga semakin mendesak untuk dipahami. Buku ini menawarkan wawasan mendalam ke dalam berbagai aspek yang terkait dengan sosiologi pariwisata, membedah struktur sosial yang mendasari fenomena pariwisata modern. Mulai dari analisis tentang struktur sosial yang melandasi keberadaan pariwisata hingga dampak pembangunan pariwisata pedesaan terhadap pemberdayaan potensi sosial budaya masyarakat.

Pada bab-bab awal membuka pintu ke dalam struktur sosial dan pariwisata, menguraikan keterkaitan antara fenomena pariwisata dan struktur sosial yang menggiring kita menuju pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika pariwisata. Dilanjutkan dengan pemaparan tentang aspek sosiologis wisatawan, pembaca diajak untuk memahami peran serta wisatawan dalam konteks sosial yang lebih luas. Buku ini juga membahas sistem pariwisata dengan cermat, membawa kita melintasi jaringan kompleks institusi, kebijakan, dan praktik yang membentuk industri pariwisata modern. Dalam bab-bab selanjutnya, pembaca diajak untuk mengeksplorasi hubungan antara sosiologi dan ilmu pariwisata, serta mempertimbangkan berbagai isu mendasar yang melingkupi bidang ini. Dalam bab-bab akhir, perhatian khusus diberikan pada pariwisata pedesaan dan pemberdayaan sosial, serta dampak pembangunan pariwisata pedesaan terhadap pemberdayaan potensi sosial budaya masyarakat.



CV. Literasi Indonesia
Jl. Wanggu, Kendari 93231
editor@literacyinstitute.org
www.literacyinstitute.org
0852-9979-3323

ISBN 978-623-8303-17-5



9 786238 303175

SOSIOLOGI PARIWISATA

Pengantar Ke Arah Isu Pembangunan Kepariwisataan

Dr. Irwan, S.Pd., M.Pd.



Dr. Irwan, S.Pd., M.Pd.



SOSIOLOGI PARIWISATA

Pengantar Ke Arah Isu Pembangunan
Kepariwisataan



Kata Pengantar
Prof. Dr. Ir. Batara Surya, S.T., M.Si.

Dr. Irwan, S.Pd., M.Pd.

SOSIOLOGI PARIWISATA

Pengantar Ke Arah Isu Pembangunan Kepariwisata



CV. Literasi Indonesia, 2024

SOSIOLOGI PARIWISATA

Pengantar Ke Arah Isu Pembangunan Kepariwisataan

Penulis

Dr. Irwan, S.Pd., M.Pd.

ISBN: 978-623-8303-17-5

vi + 104 hlm.; 15,5 x 23 cm

Editor

Sumitro, S.Pd., M.Pd

Desain Sampul

wbookdesign

Penerbit

CV. Literasi Indonesia

Bumi Wanggu Permai II Blok D/12
Kota Kendari, 93231, Telp. 085299793323

Email: editor@literacyinstitute.org

Website: www.literacyinstitute.org

Cetakan Pertama: Juni, 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apapun,
termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari
penerbit.

Kata Pengantar

Kepada para pembaca yang terhormat, dengan bangga saya mempersembahkan kata pengantar ini untuk karya yang luar biasa ini, *Sosiologi Pariwisata: Pengantar Ke Arah Pembangunan Kepariwisata*, yang disusun oleh saudara Dr. Irwan, S.Pd., M.Pd. Dalam dunia yang semakin terhubung ini, studi mengenai sosiologi pariwisata tidak hanya menjadi relevan, tetapi juga semakin mendesak untuk dipahami. Buku ini menawarkan wawasan mendalam ke dalam berbagai aspek yang terkait dengan sosiologi pariwisata, membedah struktur sosial yang mendasari fenomena pariwisata modern. Mulai dari analisis tentang struktur sosial yang melandasi keberadaan pariwisata hingga dampak pembangunan pariwisata pedesaan terhadap pemberdayaan potensi sosial budaya masyarakat, setiap babnya memberikan pemahaman yang kaya dan mendalam.

Pada bab-bab awal membuka pintu ke dalam struktur sosial dan pariwisata, menguraikan keterkaitan antara fenomena pariwisata dan struktur sosial yang menggiring kita menuju pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika pariwisata. Dilanjutkan dengan pemaparan tentang aspek sosiologis wisatawan, pembaca diajak untuk memahami peran serta wisatawan dalam konteks sosial yang lebih luas.

Buku ini juga membahas sistem pariwisata dengan cermat, membawa kita melintasi jaringan kompleks institusi, kebijakan, dan praktik yang membentuk industri pariwisata modern. Dalam bab-bab selanjutnya, pembaca diajak untuk mengeksplorasi hubungan antara sosiologi dan ilmu pariwisata, serta mempertimbangkan berbagai isu mendasar yang melingkupi bidang ini.

Dalam bab-bab akhir, perhatian khusus diberikan pada pariwisata pedesaan dan pemberdayaan sosial, serta dampak pembangunan pariwisata pedesaan terhadap pemberdayaan potensi sosial budaya masyarakat. Dr. Irwan, S.Pd., M.Pd. membawa pembaca pada perjalanan yang menggugah untuk memahami peran penting pariwisata dalam membentuk dan mengubah dinamika sosial dan budaya masyarakat pedesaan.

Saya yakin bahwa buku ini akan menjadi bacaan yang berharga bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, dan siapa pun yang tertarik untuk mengeksplorasi kompleksitas sosiologi pariwisata. Semoga karya ini memberikan pencerahan dan memotivasi pembaca untuk terus menyelami kajian yang semakin relevan ini.

Selamat membaca!

Makassar, Juni 2024

Prof. Dr. Ir. Batara Surya, S.T., M.Si.

Daftar Isi

Bab 1 Struktur Sosial dan Pariwisata	1
A. Struktur Sosial	1
B. Struktur Sosial dan Pariwisata.....	7
C. Stratifikasi Sosial dan Masyarakat Pariwisata	14
Bab 2 Aspek Sosiologis Wisatawan	20
A. Tipologi Wisatawan	20
B. Motivasi Wisatawan.....	25
C. Citra Destinasi Dimata Wisatawan.....	28
D. Faktor Pendorong dan Penarik	30
E. Proses Pengambilan Keputusan Berwisata	33
Bab 3 Sistem Pariwisata	37
A. Teori Sistem	38
B. Sistem Pariwisata	53
C. Industri Pariwisata dalam Sistem Pariwisata	41
D. Faktor Lingkungan.....	42
Bab 4 Mengenal Sosiologi Untuk Ilmu Pariwisata	44
A. Pengertian Sosiologi dan Sifat Hakikatnya	44
B. Sosiologi sebagai Ilmu Pengetahuan	48
C. Perkembangan Sejarah Sosiologi	58
D. Objek Kajian dalam Sosiologi.....	61
E. Hubungan antara Sosiologi, Pembangunan dan Kepariwisataan	69
Bab 5 Isu Mendasar Sosiologi Pariwisata	75
A. Isu Utama dari Faktor-Faktor Sosial dan Budaya dalam Pariwisata	75
B. Sosiologi dalam Memandang Pengembangan Kawasan Wisata.....	79
C. Interaksi Masyarakat dan Wisatawan	82
D. Faktor-Faktor Sosial dan Budaya dalam Pariwisata.....	86

Bab 6 Pariwisata Pedesaan dan Pemberdayaan Sosial.....	92
A. Pariwisata Pedesaan	92
B. Pemberdayaan Sosial	94
C. Pembangunan Pariwisata dalam Pengembangan Eksistensi Budaya Lokal	95
D. Pembangunan Pariwisata dan Perubahan Sosial	98
E. Pembangunan Pariwisata dan Kemandirian.....	101
Daftar Pustaka	103
Tentang Penulis	104

Bab 1

Struktur Sosial dan Pariwisata

A. Struktur Sosial

1. Peranan Sosial

Pembahasan peranan sosial mencakup pengertian bersifat umum dan khusus. Secara umum peranan sosial merupakan pola tingkah laku yang terorganisir, terstruktur ke dalam hak dan kewajiban, yang terkait dengan status sosial seseorang didalam suatu organisasi dan atau masyarakat. Ralph Linton menyebut peranan merupakan sisi atau aspek dinamis dari status sosial. Secara khusus, peranan seseorang dalam suatu masyarakat atau organisasi merupakan cerminan tingkah laku yang diharapkan, demikian pula pada masyarakat pariwisata. Contohnya: peran pramuwisata, peran pegawai negeri (kantor imigrasi), peran perajin dan penjaja cinderamata, kelompok kesenian dimasyarakat di daerah tujuan wisata, peran bupati, walikota dan sebagainya. Dalam kaitannya dalam status sosial, peranan ini dibedakan kedalam peranan yang diterima (*ascribed status*) atau status yang diwarisi, misalnya: gelar kebangsawan, perajin penerus dari orang tuanya dan lain-lainnya. Status sosial ini menunjukkan sifatnya statis. Selain peranan yang diwarisi, ada juga peranan yang diperjuangkan atau dicapai oleh seseorang (*achieved status*), yaitu status sosial seseorang yang diperoleh melalui proses kompetisi. Status sosial ini bersifat aktif dan dinamis. Contoh: manajer biro perjalanan wisata (BPW), general manajer hotel, pengusaha cinderamata dan sebagainya.

Peranan sosial yang diwajibkan (terstruktur) secara definitif merupakan hak dan kewajiban setiap orang (individu) yang terkait dengan status atau posisi tertentu (yang dimiliki). Peranan sosial ini termasuk konsep struktur sosial, namun dalam praktek dan yang terkait dengan peranan yang diwajibkan, ia juga menjadi bagian dari konsep kebudayaan. Thobes. M. Newcomb mengemukakan konsep ini sebagai penjelasan lanjut dari peranan dan tingkah laku yang diharapkan masyarakat dan

kelompoknya. Konsep ini membedakan tingkah laku dan peran orang-orang (individu) satu dengan lainnya. Contohnya: peranan pemimpin, peranan pengusaha, seniman tari, tokoh masyarakat dan sebagainya.

Kita membahas konsep peranan yang diharuskan (seharusnya), atau melakukan karena dituntut orang atau pihak lain. Kerja sama antara pihak-pihak (perorangan maupun kelompok) menuntut kecocokan peranan yang dijanjikan masing-masing. Sebaiknya, tidak akan terjadi kerja sama antara pihak-pihak tertentu, jika para pihak (orang-orang) tidak menemukan kecocokan peranan mereka masing-masing. Peranan khusus diartikan sebagai konsep keterwakilan peranan sosial. Peranan individu adalah wujud perwakilan kelompok atau masyarakat, karena mendasarkan dan tau menyesuaikan dengan nilai dasar yang dihormati. Peranan ini dilakukan seseorang terkait dengan proses interaksi sosial dengan pihak atau kelompok luar. Contohnya: anggota legislatif (DPR, DPRD), juru runding, pengusaha biro perjalan wisata, dan sebagainya.

2. Posisi atau Status Sosial

Posisi sosial disebut juga selanjutnya dengan status sosial. Status sosial adalah suatu kedudukan yang dapat dan dikenal dalam sistem hubungan-hubungan sosial. Pengertian status memiliki sifat umum dan khusus. Status secara umum menunjuk status sosial individu, misalnya status dalam kepariwisataan misalnya: pramuwisata, pemimpin perjalan wisata (*tour leader*), *front officer hotel* dan sebagainya. Status sosial berdimensi pelampiasan sosial (sastra sosial), misalnya: menjadikan – buruh, pemimpin - rakyat, wisatawan – pramuwisata, emilik BWP – karyawan dan seterusnya. Status sosial dilihat dari sifat dan asalnya dapat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu: status yang diwarisi, misalnya: sebagai anak, cucu, status dan gelar kebangsawanan, dan lain-lainnya. Status sosial ini menunjukkan sifatnya yang statis. Kemudian status sosial yang dicapai atau diperjuangkan (*achieved status*), yaitu status sosial seseorang yang diperoleh melalui proses kompetisi. Status sosial ini bersifat aktif dan dinamis. Contohnya: dosen, manajer, pengusaha, pedagang, polisi, tentera, hakim, jaksa, bupati, walikota, gubernur, presiden dan seterusnya.

Status sosial dipisahkan juga ke dalam sifat yang formal dan informal. Status formal menggambarkan status seseorang dalam sebuah organisasi yang memiliki struktur dan hirarkhi, serta tugas dan fungsi, juga hak dan kewajiban yang didasarkan pada sistem pengaturan yang tersistematisasi secara jelas dan tegas, misalnya; guru, pegawai negeri, polisi, manajer, direktur, hakim, jaksa, dan sebagainya. Sedangkan status yang bersifat informal menunjukkan status seseorang didalam paguyuban, komunitas atau kelompok lainnya yang kurang terorganisasi secara formal sosial ini biasanya melekat pada individu-individu dari strata sosial bawah. Contoh: tukang becak, sopir taksi, pedagang asongan, tukang cukur, *cleaning service*, dan lain-lainnya.

Uraian mengenai status sosial tersebut menunjukkan hubungan yang erat dengan struktur sosial. Artinya, disetiap status sosial seseorang dapat dipahami dengan jelas, jika ia dikaitkan atau dipahami konteksnya dengan struktur sosial masyarakat.

3. Tingkah Laku dan Peranan

Tingkah laku peranaan merupakan wujud dan bentuk nyata peranan yang diwajibkan dan dilakukan oleh seseorang yang memiliki satu status/posisi sosial tertentu di masyarakat. Peranan yang diwajibkan menjadi bagian dari posisi sosial seseorang; peranan bisa sesuai dengan kewajiban, tapi bisa juga berbeda/tidak sesuai dengan kewajiban. Contoh: pramuwisata berkewajiban melayani wisatawan, *room boy hotel* berperilaku rajin merawat kebersihan kamar hotel, ayah berkewajiban bekerja memberi nafkah keluarga, ayah rajin bekerja untuk mendapatkan penghasilan halal; tapi dijumpai seorang ayah yang ketika menjalankan tugas di kantornya berbuat korupsi dan sebagainya.

Tingkah laku peranan merupakan wujud nyata dari tingkah lakku seseorang, apakah peranan itu sesuai dengan kewajiban yang dijalankan, atau berbeda dengan kewajiban. Contoh: pedagang rajin berjualan dipasar, pramuwisata sehari-hari sering nongkrong diwarung, dan direktur yang bekerja dikota lain, setiap hari libur pulang mengunjungi anak dan istrinya.

Dalam teori dramaturgi dari Erving Goffman (1986), peranan dapat dimengerti sifat dan bentuknya dalam peranan dipanggung belakang dan panggung depan. Peranaan seseorang dipanggung belakang atau hidup sehari-hari terlihat sebagai apa adanya, tidak dibuat-buat lugas. Contoh: seseorang ayah atau ibu yang bekerja dirumah sebagai apa adanya. Dalam keparawisataan, kegiatan rutin para pelaku pariwisata berupa kegiatan di luar pelayanan wisata; dilakukan dirumah (tangga) masing-masing setiap hari. Keadaan ini merupakan gambaran pengertian nyata tentang tingkah laku peranan.

Sementara dipanggung depan, seseorang harus memenuhi persyaratan-persyaratan dalam melakukan tindakan atau melakukan peranan sesuai dengan statusnya. Misalnya; seorang ayah atau ibu sebagai guru, pengusaha cafe, polisi, pegawai bank perawat bank, perawat kesehatan; mereka harus berperanan sesuai dengan kedudukannya (berpakaian seragam, bekerja sesuai jam kerja, profesional, dan kompeten dengan bidang tugas dan keahlian masing-masing). Keadaan ini menerangkan/menjelaskan pengertian tingkah laku peranan sebagaimana dinyatakan di atas. Uraian mengenai sosial tersebut diharapkan bisa semakin mudah dipahami, dan semakin nyata bisa diamati dalam proses-proses interaksi sosial yang berlangsung dimasyarakat.

4. Interaksi Sosial

Interaksi sosial (hubungan timbal balik) menunjuk pada pertukaran pengaruh-pengaruh sosial, yaitu peranan dan tindakan seorang yang berpengaruh pada orang atau pihak lain, dan seterusnya. Interaksi tersebut dapat terjadi apabila masing-masing pihak/orang saling terpengaruh oleh tingkah laku dan peranan individu-individu yang mendasarkan kesepakatan mencapai tujuan. Peranan itu nampak atau dapat diamati dari sejumlah tingkah laku individu-individu.

Interaksi sosial melibatkan peranan wajib/diharapkan dari individu-individu atau orang. Mereka menjalin hubungan timbal balik berdasarkan kesamaan hubungan kepentingan yang saling memberi manfaat. Pertemuan dan kesesuaian kepentingan yang saling memberi manfaat. Pertemuan dan kesesuaian kepentingan tersebut menguatkan interaksi sosial yang

terbentuk. Contoh: interaksi sosial antara guru dan murid, wisatawan dengan pramuwisata, antara dokter dan pasien dan sebagainya.

Dalam interaksi ini individu/orang-orang tersebut terjadi saling terpengaruh yang ditunjukkan dari peranaan wajib yang dilakukan. Peranan guru tidak menjadi kenyataan, jika tidak ada peranan wajib bagi para murid, peranan layanan pramuwisata tidak terjadi jika tidak ada kunjungan wisatawan kedaerah tujuan wisata; dan pasien tidak berobat kedokter, jika mereka tidak membutuhkan layanan pengobatan dokter.

Interaksi sosial merupakan proses dasar yang bersifat komunikatif dan suatu bentuk hubungan kerja sama antara dua orang/kelompok atau lebih berupa tingkah laku konkret dengan menggunakan simbol bahasa dan tanda-tanda lainnya yang dimaknai sebagai media hubungan sosial; dan hubungan itu memiliki dampak tingkah laku timbak balik. Contohnya; interaksi guru dan murid, wisatawan dan pramuwisata, pertemuan atau rapat-rapat, kelompok diskusi atau sebagainya.

Jadi, kita memperoleh kejelasan tentang interaksi sosial dengan mengamati atau merasakan hubungan-hubungan timbak balik yang terjadi dalam peristiwa hidup sehari-hari. Sekecil dan sesederhana apapun hubungan timbal balik individu-individu dan atau kita masing-masing dengan individu/orang lain, semua itu selalu dilandasi oleh bertemunya kepentingan-kepentingan yang saing mengikat.

5. Hubungan Sosial

Hubungan sosial merupakan bagian penting dari interaksi sosial, dan dapat diamati dari pola tingkah laku yang berlangsung secara teratur. Hubungan sosial dapat dipahami menurut tahap-tahap, yaitu berupa pola interaksi sosial yang berdurasi pendek, dan hubungan sosial yang berlangsung dalam intensitas tinggi atau sering dilakukan. Hubungan sosial berdurasi pendek dapat dijumpai dalam peristiwa yang terjadi antara penjual dengan pembeli dipasar. Contoh: pembeli mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli beras yang dijual dipasar, karena harga yang dipatok sesuai kemampuan, kemudian ia membawa pulang beras tersebut. Sedangkan hubungan sosial yang berlangsung sering terjadi terjadi antara pelayan/penjual dan pelnggan tetap. Misalnya, hubunga antara dokter

dengan pasien pelanggan, pedagang sayur keliling dengan pelanggan di rumah-rumah, hubungan antara wisatawan dan pramuwisata, dan sebagainya.

Hubungan sosial terbentuk oleh adanya pihak-pihak (orang-orang) yang saling membutuhkan, baik bersifat sesaat ataupun berjangka panjang. Fenomena hubungan sosial tersebut terjadi kelompok-kelompok pelaku layanan jasa pariwisata di daerah tujuan wisata, khususnya dilokasi objek dan daya tarik wisata, juga anatara para wisatawan dengan kelompok-kelompok tersebut. Contoh: orang-orang atau wisatawan yang meninggalkan tempat tinggalnya dan mengunjungi objek dan daya tarik wisata di masyarakat tertentu; semua kebutuhan hidup selama perjalanan wisata dipenuhi oleh layanan jasa wisata masyarakat.

Hubungan sosial tetap atau konstan adalah bentuk hubungan langsung sehari-hari. Maupun tidak langsung yang sifatnya rutin antara sesama pelaku layanan jasa pariwisata di lokasi objek dan daya tarik wisata. Misalnya: hubungan timbal balik yang terjadi antara layanan hotel (akomodasi wisata), makan dan minum dengan biro perjalanan wisata, kelompok kesenian (tari, musik) daerah, dan sebagainya bagi penyelenggaraan layanan pada wisatawan. Hubungan sosial tersebut dipengaruhi oleh durasi waktu kunjungan dan sifat hubungan baik langsung maupun tidak langsung.

Setiap wujud hubungan sosial dalam sosiologi pariwisata menggambarkan bentuk hubungan antara kelompok-kelompok layanan wisata dengan wisatawan. Kesatuan dan keutuhan layanan wisata merupakan tujuan pokok dan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat hubungan sosial yang dilakukan baik internal maupun eksternal kelompok pelaku layanan wisata dan wisatawan. Hubungan-hubungan sosial dalam masyarakat pariwisata memiliki dampak perubahan yang besar pada masyarakat.

Masyarakat desa wisata, masyarakat dilokasi objek dan daya tarik wisata didaerah pantai,, pegunungan, dan juga diperkotaan mengalami pergeseran/perubahan sosial yang besar. Peranan perempuan meningkat atau mengalami perubahan, mereka yang bekerja di luar rumah (*non*

domestic) semakin besar porsinya. Ssekitar dua dan tiga dasawarsa yang lalu, para perempuan relatif masih sibuk mengerjakan *domestic*, yaitu: memasak, mencuci, membersihkan rumah, merawat anak dan seterusnya. Sekarang mereka telah banyak yang terserap atau memasuki dunia kerja formal (berorientasi pasar). Perempuan dimasyarakat pariwisata bekerja sebagai pengusaha jasa, pedagang, karyawan hotel, biro perjalanan wisata, pegawai negeri, dan sebagainya. Sehingga porsi pekerjaan domestik perempuan menurun drastis. Pertanyaannya: bagaimana mereka/anggota masyarakat membangun masyarakat pariwisata; norma dan nilai sosial mana (kebudayaan mana) yang menjadi referensi, pedoman, dan panutan?.

Fakta sosial yang timbul dari hubungan hubungan sosial di masyarakat menunjukkan dinamika sosial. Hubungan-hubungan itu dapat diamati secara langsung, sehingga dapat dimengerti intensitas, kecenderungan arah dan sifatnya. Siapa berhubungan dengan siapa, dalam kedudukan dan peranan seperti apa serja kepentingan apa yang diperjuangkan (yang ingin diwujudkan). Oleh sebab itu, pola hubungan sosial yang dibentuk atau terbentuk dapat dipergunakan sebagai petunjuk bagi bangunan baru struktur sosial masyarakat pariwisata yang mengalami perubahan sosial.

Pembahasan mengenai karakteristik dan hubungan antara konsep-konsep struktur sosial dan sosiologi pariwisata diharapkan dapat memberikan penjelasan tentang substansi dan berguna sebagai dasar pemahaman sosiologi pariwisata; dalam melakukan analisis, deskripsi dan penjelasan secara teoritik maupun empiris terhadap fenomena serta permasalahan sosial yang timbul di masyarakat pariwisata.

B. Struktur Sosial dan Pariwisata

Struktur sosial masyarakat pariwisata meliputi hubungan sosial, peranan dan tingkah laku individu pada kelompok-kelompok sosial dalam masyarakat pariwisata dan hubungannya dengan wisatawan. Peranan dan hubungan yang terjadi dalam masyarakat pariwisata dapat dideskripsikan khususnya pada komponen-komponen kepariwisataan. Komponen dimaksud meliputi: (1) objek dan daya tarik wisata (2) biro perjalan wisata;

(3) hotel dan akomodasi; (4) restoran, cafe, dan rumah makan; (5) angkutan (transportasi) wisata; dan (6) pemerintah (daerah).

Komponen-komponen pariwisata tersebut mempresentasikan kelompok pelaku layanan wisata dan kelompok wisatawan serta masyarakat pariwisata pada umumnya. Karena setiap komponen merupakan kelompok individu-individu yang hubungan sosial, peranan dan tingkah lakunya terorganisir atau diatur dalam norma/aturan tertentu demi terwujudnya tujuan tertentu yang hendak dicapai.

1. Objek dan Daya Tarik Wisata

Objek dan daya tarik wisata meliputi alam tumbuh-tumbuhan (Flora), alam binatang (Fauna) dan panorama alam. Objek dan daya tarik wisata flora berupa *botanical garden* (Kebun Raya Bogor), hutan (Wana) Wisata, agro wisata (taman bunga, taman buah, pertanian organik dan sebagainya) Wisatawan yang mengunjungi objek dan daya tarik wisata tersebut berdasarkan minat yang sama Mereka Berasal dari Kelompok-kelompok sosial dari masyarakat yang sama maupun berbeda. Karakteristik sosial ekonomi dan demografinya juga berbeda-beda.

Di lokasi objek dan daya tarik wisata mereka mendapatkan pelayanan yang relatif sama dan terorganisir oleh pihak pengelola objek. Hubungan-hubungan sosial antara wisatawan-wisatawan, wisatawan dengan pelaku layanan wisata berlangsung di lokasi ini menurut kebutuhannya. Semakin menarik objek wisata tersebut, dan layanan wisatanya berarti (menurut standar layanan minimal) semakin banyak wisatawan berkunjung.

Objek-objek wisata bercorak flora, fauna dan alam sebagian dikelola oleh pemerintah dan sebagian usaha swasta. Wisatawan yang berkunjung ke lokasi objek wisata tersebut juga berbeda latar belakang kelompok dan kelas sosial ekonominya. Objek flora dan fauna di beberapa daerah tujuan wisata Indonesia cenderung dikunjungi sebagian besar wisatawan nusantara contohnya; Kebun Raya Bogor, Taman Gembira Loka di Yogyakarta, Taman Buah di Bogor dan sebagainya Objek wisata alam seperti pantai dan laut dikunjungi oleh wisatawan manca negara dan nusantara, contoh-

nya; pantai kuta Bali, Pantai Senggigi di Lombok, Pantai Ancor di Jakarta dan sebagainya.

Objek dan daya tarik wisata budaya lainnya adalah budaya. Warisan budaya yang masih hidup terdiri dari budaya tradisional dan modern atau kontemporer. Objek dan atraksi wisata budaya warisan meliputi; museum (Purbakala) dan peninggalan sejarah (Situs Candi Borobudur, Prambanan, Suku, Cetha dan lain-lain), Keraton Surakarta dan Yogyakarta. Wisatawan yang mengunjungi objek dan daya tarik wisata tersebut didasarkan minat yang sama. Mereka berasal dari kelompok-kelompok sosial dari masyarakat yang sama maupun berbeda. Namun, karakteristik sosial ekonomi dan demografinya berbeda-beda.

Di lokasi objek dan daya tarik wisata ini, mereka mendapatkan pelayanan dan relatif sama dan terorganisir oleh pihak pengelola objek. Hubungan-hubungan sosial antara wisatawan-wisatawan dengan pelaku pelayanan wisata berlangsung di lokasi ini menurut kebutuhannya. Objek wisata tersebut berlangsung di lokasi ini menurut kebutuhannya. Objek wisata tersebut banyak diminati wisatawan, baik perorangan maupun kelompok (rombongan). Layanan wisatanya berdasarkan standar layanan minimal; mutu layanan menjadi faktor penting bagi penambah daya tarik wisatawan. Wisatawan nusantara dan mancanegara senantiasa tercatat sebagai pengunjung objek wisata ini di musim-musim liburan sekolah, hari besar dan akhir tahun. Mereka memperoleh bantuan langsung dari layanan pramuwisata dan layanan wisata lainnya; seperti: penjaja cinderamata dan penyedia layanan wisata lainnya dilokasi objek dan daya tarik wisata.

Budaya yang masih hidup (*Living culture*) terdiri yang sifatnya tradisional dan kontemporer atau modern. Budaya warisan tradisional berupa kegiatan upacara dan adat seni. Misalnya, upacara penobatan Raja di Keraton Surakarta dan Yogyakarta. Upacara Sekaten. Tahun baru-Jawa (Profesi Pusaka dan Krbau Bule “Kyai Slamet Kerato Surakarta”) Upacara pengantin dat jawa dan adat dari suku-suku bangsa lainnya di Indonesia dan seterusnya. Warisan tradisional berupa benda (artifak), misalnya; kain batik ukiran kayu, alat musik (gamelan-jawa), tatah sungging dan kriya

berupa ukiran kayu, wayang kulit dan sebagainya. Budaya warisan tradisional ini meprupakan hasil karya seni dan menjadi ciri khas serta keunikan masyarakat tertentu (dalam contoh di Masyarakat Jawa).

Budaya warisan masih hidup yang bercorak kontemporer atau modern berupa kegiatan seni budaya, misalnya; parade dan festival kesenian Bali, Solo, Yogyakarta, Jakarta; Jakarta Fair, Bengawan Solo Fair, Carnival Solo Batik, Festival Karaton Nusantara, Solo International Ethno Music (SIEM) dan lain-lain. Artifak modern berupa ukisan kaca hias, kerajinan tanah liat, batu pameran lukisan dan sebagainya. Kreasi baru, modern atau kontemporer seni budaya masyarakat tertentu merupakan karya pengembangan dan kelanjutan seni tradisional. Hasil karya tersebut menunjukkan berkembangnya peranan idivid dan kelompok dalam kegiatan seni budaya.

Objek dan daya tarik wisata berpa keeradaan dan potensi manusia, seorang tokoh di bidang-bidang tertentu yang karyanya, pemikirannya, keahliannya yang khas unik dan memesona. Misalnya, di Yogyakarta pernah sangat dikenal Pelukis Affandi, Supto Hudoyo, Seniaman tari bagong Kusudiharjo, ramawan seniman WS.Remdra. Di Surakarta dikenal tokoh kebudayawan Suprpto Suryo Dalang Wayang Kulit Ki Anom Suroto dan Ki Mantheb Sudarsono dan Sebagainya, Parat tokoh yang unik dan karyanya, keahliannya memesona masyarakat dan merupakan daya tarik khusus merka ini atau rumah tinggalnya (sanggar dan padepokannya) dan kegiatan seninya menjadi faktor daya tarik dan dikunjungi wisatawan nusantara dan mancanegara. Di lokasi-lokasi ini terjadi interaksi sosial antara wisatawan dengan Sang Tokoh dan karya atau kegiatannya beserta elompok sosial (Seniman) Pendukungnya.

Masyarakat pariwisata budaya terkait corak objek-objek wisatanya memiliki struktur sosial masing-masing. Nilai lebih dan daya tarik wisata berbeda antara satu dengan yang lain. Peranan masyarakat dalam melayani wisatawan juga tidak sama. Contoh; Layanan wisata objek wisata Karato Surakarta dan Kasultanan Yogyakarta dikelola oleh suatu lembaga yang dibentuk khusus oleh Pemerintah (*Parentah*) Kraton dan Konsultan layanan wisata di sekitar lokasi objek wisata tersebut, seperti cinderamata,

kafe makan dan minuman dan lain-lainnya disajikan dan diberikan oleh warga masyarakat. Keadaan itu berbeda dengan peranan dan layanan wisata yang disajikan dan diberikan di lokasi wisata candi Borobudur, prambanan bahkan dengan lokasi objek wisata manusia (tokoh yang terkenal di bidangnya). Contoh: pengobatan alternatif yang diberikan oleh seorang pelaku (dukun) yang pertolongannya terkenal dan memuaskan warga masyarakat yang berkunjung.

2. Biro Perjalanan Wisata

Komponen wisata ini menyelenggarakan layanan wisata berupa penjualan tiket perjalanan (darat, laut dan udara); penyelenggara tour (perjalanan wisata); penghubung/perantara wisatawan dengan penyedia layanan hotel, objek wisata dan daya tarik wisata, sarana transportasi, cinderamata, pramuwisata; menjual piket wisata dan penyelenggaranya (operator). BWP sebagai kelompok inderamata, pramuwisata; menjual paket wisata dan penyelenggaraannya (operator).

BPW sebagai kelompok yang menyediakan layanan wisata yang lengkap. Kelompok ini secara aktif menjalin hubungan sosial (interaksi sosial) dengan kelompok penyedia layanan wisata lainnya. Mereka menjalin hubungan langsung dan tidak langsung dengan calon wisatawan dan wisatawan. Oleh sebab itu peranan BPW sering dipandang menentukan perkembangan kepariwisataan di daerah tujuan wisata tertentu, karena peranan aktifnya menghubungkan dan memfasilitasi kebutuhan wisatawan atau calon wisatawan dengan kelompok layanan-layanan wisata yang lain di daerah-daerah tujuan wisata. Interaksi sosial peranan ganda BPW dengan pelaku layanan wisata lainnya di lokasi wisata untuk melayani wisatawan. Penjabaran interaksi sosial, yaitu kerja sama, persaingan dan konflik BPW dengan pelaku layanan wisata dimaksud mempengaruhi perkembangan kepariwisataan di daerah tujuan wisata.

3. Transportasi Wisata

Komponen transportasi wisata meliputi transportasi darat, laut dan udara. Transportasi wisata sebagai layanan perjalanan para wisatawan mencapai lokasi objek dan daya tarik wisata. Jenis alat transportasi ter-

sebut menggambarkan strata sosial penumpangnya atau para wisatawan, asal dan jarak perjalanan yang ditempuh.

Wisatawan penumpang pesawat udara yang menuju suatu daerah tujuan wisata menunjukkan keragaman layanan wisata yang disajikan oleh masyarakat setempat. Karena kelompok wisatawan ini lebih banyak membutuhkan layanan wisata untuk mencapai lokasi objek dan daya tarik wisata yang diinginkan, juga akan tinggal lebih lama dari pada wisatawan penumpang alat transpor lainnya. Mereka tergolong strata sosial atas yang biasanya membelanjakan uangnya lebih besar dari pada mereka yang termasuk strata sosial lebih bawah. Daerah-daerah tujuan wisata yang terpencil berlokasi kepulauan dan diminati wisatawan membutuhkan sarana transpor laut untuk mencapainya. Masyarakat memberikan layanan transpor dan layanan wisata lainnya. Banyak dan beragamnya obyek dan daya tarik wisata yang tersebar di berbagai lingkungan geografi dan menarik wisatawan memberikan peluang masyarakat berperan untuk melayani wisatawan yang berkunjung ke daerahnya.

4. Hotel dan Akomodasi Lain

Komponen hotel dan akomodasi lain dikategorikan menurut kelengkapan dan mutu fasilitas ruangan dan layanan yang disediakan bagi tamu. Secara umum di Indonesia ada dua kelas layanan hotel, yaitu hotel melati yang berstrata rendah dan hotel bintang yang tinggi. Masing-masing dibedakan lagi kelas-kelas, misalnya: hotel bintang satu sampai lima, Hotel melati juga dibedakan kelasnya seperti hotel bintang. Kategori kelas hotel tersebut membedakan tarif bagi tamu yang menginap. Di samping dua kategori hotel tersebut, masih tersedia jenis layanan hotel lain yang disebut *home stay* (rumah tinggal).

Di daerah wisata atau lokasi objek dan daya tarik wisata di mana masyarakatnya menyediakan layanan berbagai jenis dan kelas hotel (penginapan) berarti kunjungan wisatawan ke lokasi dan masyarakat setempat besar, sehingga kehadiran fungsi layanan hotel dan akomodasi lain dibutuhkan wisatawan. Keadaan ini menunjukkan bahwa peranan melayani wisatawan dan struktur sosial masyarakat setempat cenderung terbuka (mengalami perubahan).

5. Restoran, Café, dan Rumah Makan

Komponen ini merupakan salah satu layanan kebutuhan pokok wisata selama dan ketika wisatawan melakukan perjalanan dan sampai di lokasi wisata. Jenis, kelas restoran dan rumah makan yang disajikan masyarakat sangat beragam. Ukuran besar dan kecilnya usaha tersebut menurut lokasi pemilikinya. Fasilitas dan menu sajiannya menunjukkan strata sosial usaha serta menyajikan menu lokal yang khas rasa menu dan sajiannya. Sajian ini juga Di samping sajian menu internasional dan nasional, masyarakat setempat merupakan daya tarik lokal yang diminati wisatawan. Oleh sebab itu, di lokasi objek dan daya tarik wisata yang ditemui penyaji makanan dan minuman yang beragam jenis dan menu masakan, serta memiliki layanan yang menarik, khas dan unik; dikunjungi wisatawan dan memberikan kesan menyenangkan dan memuaskan. Peranan melayani kebutuhan pokok ini bagi wisatawan di lokasi wisata ditemukan menyebar dan menggambarkan keterbukaan struktur sosial masyarakat setempat.

6. Pemerintah Daerah

Wisata ini berfungsi membuat dan menjalankan kebijakan pengembangan pariwisata. Peranan pemerintah melakukan regulasi/pengaturan terhadap pelaku-pelaku wisata dan masyarakat dalam melayani wisatawan. Pemerintah juga melindungi semua kepentingan dan kebutuhan mereka, agar tidak terjadi benturan peran dalam melayani wisatawan, fasilitas dan pembinaan bagi Pemerintah juga aktif memberikan pengembangan bidang ini.

Landasan hukum pengembangan kebijakan dan pelaksanaan program program pariwisata di daerahnya dilakukan dengan menerbitkan dan memberlakukan Peraturan Daerah (Perda) tentang kepariwisataan. Kepastian hukum untuk melaksanakan program tersebut menjamin keabsahan pemberlakuan dan tujuan yang hendak diwujudkan. Pengenaan sanksi hukum bagi pelaku yang melanggar aturan diberlakukan dengan tegas dan adil. Peranan pemerintah untuk menegakkan hukum (Perda yang diberlakukan) dilakukan dengan prinsip *equality before the law* dan asas praduga tak bersalah.

C. Stratifikasi Sosial dan Masyarakat Pariwisata

Peranan dan hubungan-hubungan sosial yang dilakukan individu manusia tertata ke dalam suatu susunan yang kompleks. Peranan individu yang nampak dari pekerjaan yang dilakukan, berkembang sejalan dengan penggunaan akal dan pikirannya. Landasan pemikiran ini memberikan penjelasan dan alasan pembenar timbulnya stratifikasi atau pelapisan masyarakat.

Ada 3 (tiga) cara untuk menjelaskan atau memahami stratifikasi sosial pertama, masyarakat sebagai bangunan stratifikasi sosial. Kedua, stratifikasi sosial berdasarkan reputasi (sosial) yang dicapai. Dan ketiga, strata sosial yang terbentuk berdasarkan sifat obyektif dari peranan dan tingkah lak individu serta kelompok.

Ketiga cara pendekatan dapat dipergunakan secara bersama-sama atau kombinasi untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena dan permasalahan stratifikasi sosial. Masing-masing memiliki alasan strategis dengan keunggulannya sendiri, sehingga dapat membedakan jenis dan dinamika stratifikasi sosial yang terjadi di masyarakat. Contoh: stratifikasi kaya dan miskin di masyarakat desa yang mendasarkan pemilikan tanah produktif (sawah). Stratifikasi sosial di masyarakat kota berdasarkan kepemilikan barang-barang kebutuhan tersier, seperti: sarana komunikasi, transportasi berupa kendaraan bermotor roda dua, roda empat dan sebagainya.

Reputasi yang dicapai seseorang lewat pendidikan membentuk stratifikasi sosial ke dalam strata kelompok terdidik dan tidak kurang terdidik. Secara obyektif stratifikasi sosial terbentuk menurut pola tingkah laku dan peranan seseorang. Dalam proses pembangunan, stratifikasi terbentuk menurut tingkat partisipasi masyarakat, sehingga dijumpai strata kelompok yang berpartisipasi tinggi dan mereka yang berpartisipasi rendah. Perbedaan-perbedaan status, keadaan sosial seseorang dan masyarakat merupakan kenyataan. Timbul pertanyaan: Apakah perbedaan-perbedaan tersebut menimbulkan perbedaan strata sosial di masyarakat?. Kingsley Davis dan Wilbert Moore (1974) mengemukakan pandangan teoritis terhadap pertanyaan tersebut.

Teori fungsi stratifikasi dari dua tokoh tersebut menjelaskan bahwa kondisi ketimpangan/kesenjangan sosial dikehendaki oleh masyarakat sendiri. Alasan yang dikemukakan bahwa setiap masyarakat harus memposisikan individu-individu anggotanya menurut atau sesuai dengan peran/tugas yang harus dilakukan. Mereka juga harus didorong untuk menunjukkan pekerjaan sesuai dengan kedudukan dan tugasnya masing-masing. Karena apa saja yang dikerjakan oleh individu warga masyarakat menunjukkan/merepresentasikan kedudukan sosialnya. Kehadiran atau keberadaan posisi sosial seseorang menunjukkan adanya perbedaan posisi tersebut. Artinya, seseorang memiliki jenjang sosial yang lebih tinggi dari pada lainnya. Sejumlah individu bisa berada pada posisisosial yang tergolong tinggi, dan sejumlah individu lainnya juga berada pada posisi sosial yang lebih rendah.

Perbedaan strata sosial ditimbulkan oleh kegiatan dan usaha seseorang posisi sosial yang lebih rendah mewujudkan segala sesuatu yang ingin dicapai. Namun, posisi sosial juga diperoleh dengan sistem pewarisan. Seseorang atau sekelompok orang memiliki posisi sosial tertentu, karena diatur oleh sistem kekuasaan yang berwenang memberikan/mewariskan kedudukan pada individu-individu yang memiliki garis keturunan langsung dengan seseorang atau sekelompok orang yang mengendalikan sistem kekuasaan tersebut. Misalnya, sistem monarki dimana kekuasaan berada di tangan raja yang memiliki gelar Kebangsawanan untuk menandai posisi tinggi/tertinggi memberikan gelar sebagai simbol kedudukan sosial dan politik yang tinggi di lingkungannya kepada anak Sistem stratifikasi sosial pada masyarakat paternalistik menunjukkan anaknya kelas yang berbeda, misalnya: sistem kasta dan sistem demokratis (hubungan horizontal), aristokrasi berhadapan dengan kasta hamba yang bercirikan kesenjangan sosial yang tinggi, perbedaan standar hidup yang tinggi (indeks pendidikan, pendapatan, tingkat kematian dan kelahiran). Secara komparatif, hubungan pelapisan sosial yang nampak kompleks bertujuan untuk memelihara pelapisan sosial dalam sistem kasta. Stratifikasi (pelapisan) sosial yang terbentuk di dalam sistem pewarisan dapat dibedakan menurut struktur pelapisan sosial. Jonathan Livingstone Seagull

(1974) mengembangkan model analisa Five R's struktur pelapisan Sosial yang meliputi unsur-unsur:

1. Rangkaing

Ranking adalah proses terbentuknya strata posisi sosial secara vertical berdasarkan kriteria yang berakar pada nilai-nilai budaya tertentu di masyarakat. Di masyarakat tradisional khususnya di kalangan sistem monarki, hampir semua posisi sosial terkait dengan kekuasaan diisi dan ditentukan dengan pemberian gelar dan penempatan posisi tersebut menurut ketentuan adat yang berlaku. Misalnya: Pemberian gelar Pangeran Adipati kepada anggota kerabat keraton untuk mengepalai atau memimpin wilayah Di masyarakat modern, kedudukan/jabatan merupakan posisi sosial tunggal yang menggunakan proses ranking sosial. Semakin tinggi ranking kadipaten tertentu.

Di masyarakat modern, kedudukan/jabatan merupakan posisi sosial tunggal yang menggunakan proses rangking sosial. Semakin tinggi rangking sosial seseorang semakin tinggi struktur ranking sosial/ jabatannya Pendapatan (penghasilan) dan tingkat pendidikan formal yang meningkat berhubungan dengan jabatan/kedudukan yang tinggi (prestisius). Maka faktor pendapatan dan pendidikan individu dalam masyarakat pariwisata mengindikasikan status sosial-ekonomi yang indikatornya berupa gabungan jabatan prestisius (pendidikan) dan ekonomis (pendapatan). Misalnya, antara jabatan manajer dan kepala bagian dan atau jabatan lainnya dalam perusahaan perhotelan menggambarkan jabatan tinggi dan rendah dalam organisasi Perusahaan.

2. Retention

Retention merupakan salah satu bentuk struktur pelapisan sosial yang menunjukkan hierarki kedudukan dan hubungan sosial yang melekat pada seseorang dan atau sekelompok orang. Retention juga menggambarkan hak tetap untuk memiliki kedudukan sosial yang diberikan oleh penguasa. Kedudukan itu tidak akan mengalami pergeseran, sekalipun terjadi perubahan sosial. Misalnya: Pemberian gelar Kebangswanan oleh penguasa (raja) masih dilakukan dan diakui sah oleh sistem kekuasaan

monarki, sekalipun di jaman modern ini telah mengalami perubahan sosial yang besar.

3. Reward

Reward atau imbalan positif atau penghargaan bisa diartikan sebagai bentuk pemberian posisi sosial. Reward merupakan bentuk lain dari keuntungan yang bersifat sosial dari kedudukan yang diterima. Bentuknya bisa berupa penghormatan, kekayaan materi, dan kekuasaan/wewenang yang lebih besar berkat kenaikan jabatan yang lebih tinggi. Reward juga menjadi pendorong, memotivasi untuk meraih jabatan yang lebih tinggi (baik) dengan menunjukkan peranan, kemampuan menjalankan tugas secara prima biasa). Misalnya: Kenaikan jabatan seseorang menjadi General Manajer hotel berbintang lima Kepala (Kapoltabes) Surakarta dari jabatan yang rendah, memberikan padanya kewenangan yang lebih besar dari sebelumnya. Setiap anggota masyarakat berusaha meniti karir jabatan akan termotivasi untuk berprestasi dalam menjalankan tugas untuk meraih status sosial yang lebih tinggi.

4. Resources

Resources dimaksudkan sebagai sumber daya imbalan (*reward*), kompensasi dengan diperolehnya kedudukan/jabatan sosial tertentu. Bagaimana suatu jabatan sosial itu ditentukan dan dicapai seseorang? *Resources* merupakan sarana untuk mencapai struktur kedudukan tertentu dimiliki seseorang merupakan modal, misalnya: kecakapan, kepandaian, disiplin, kejujuran, idealisme, dan seterusnya; yang bisa menjadi dasar kriteria penilaian untuk mencapai kedudukan lebih tinggi yang diinginkan. Resources seperti itu dalam banyak masyarakat, ditemukan pada keluarga. Keluarga menjadi aset penting dalam menjamin keberhasilan usaha seseorang menggapai jabatan lebih tinggi yang diinginkan.

5. Repercussion

Repercussion artinya hasil atau akibat yang timbul dari suatu usaha. Dalam hal keberhasilan seseorang atau sekelompok orang menaikk jenjang jabatan yang lebih tinggi di lingkungan organisasi kerja, masyarakat biasanya ditandai oleh terjadinya perubahan pola tingkah laku. Secara sosial, perubahan tingkah laku dapat diamati dari sikap, pemikiran,

cara berkomunikasi, kehidupan keluarganya, kepemilikan barang-barang bergengsi sosial, dan perubahan gaya hidup lainnya. Dan secara kultural, perubahan tersebut berhubungan erat dengan kelas-kelas sosial yang memaknai keberhasilan secara berbeda. Pandangan sosiologis, perubahan pada kelas-kelas sosial itu biasanya berhubungan erat atau menunjukkan kondisi sub-subkultur di masyarakat. Misalnya: Seseorang dari lingkungan masyarakat pertanian berhasil menduduki jabatan direktur perusahaan, mengalami perubahan tingkah laku sebelum dan sesudahnya, dibandingkan dengan seseorang dari keluarga pedagang/pengusaha menunjukkan pada kita tentang pola tingkah laku sehari-hari yang berbeda. Sehingga, ketika mereka mengalami perubahan sosial (sama-sama menjadi Bupati), pola perubahan tingkah laku (sikap pada rakyat, idealisme pelayanan publik dan upaya membangkitkan partisipasi rakyat dan sebagainya) yang dilakukan dari kedua Bupati itu berbeda.

Kelima bentuk dan tipe kelas-kelas sosial yang menjadi dasar terbentuknya stratifikasi (pelapisan) sosial yang telah kita bahas, memberikan pemahaman bahwa setiap orang di dalam keluarga maupun masyarakat pada budaya dan atau setiap sistem sosial memiliki proses dan cara kerja yang relatif berbeda dalam menaiki jenjang sosial atau jabatan yang diinginkan. Jabatan-jabatan sosial yang dipelihara dan proses mendapatkannya yang berlangsung secara turun-menurun pada masyarakat tradisional, dan yang sama-sama terjadi atau berlangsung di masyarakat modern menempuh proses yang tidak sama. Makna keberhasilan dari orang-orang yang telah mendapat jabatan yang lebih tinggi dalam lingkungan kerja atau masyarakatnya menunjukkan perubahan tingkah laku yang berbeda pula.

Secara sosiologis, kenyataan itu menunjukkan dan memberi pemahaman pada kita bahwa faktor lingkungan masyarakat menjadi kondisi penting yang bisa menjelaskan semua hal yang terjadi, yaitu perubahan tingkah laku berusaha mendapatkan jenjang/jabatan sosial yang diinginkan; serta keberhasilan yang dicapai setelah mereka meraihnya. Masyarakat pariwisata sebagai kesatuan (individu) digolongkan ke dalam struktur kelas. Keluarga-keluarga dari masyarakat pariwisata merupakan faktor

kunci (penting) dari sistem stratifikasi sosial dalam menjaga dan memeliharanya. Interaksi sosial dari lapisan sosial yang berbeda (tinggi-rendah) menunjukkan kesengajaan sosial atau persamaan kesejajaran. Dalam beberapa kasus (situasi), seorang direktur berbicara akrab dengan sopir pribadinya dalam perjalanan dinas (karena kesamaan hubungan internal kedinasan). Tetapi ketika sang direktur makan bersama di ruang restoran khusus (VIP) dengan koleganya, sopir pribadinya juga makan di restoran yang sama, namun di meja dan ruangan yang berbeda (perbedaan status yang ditunjukkan dalam hubungan antar dinas).

Bab 2

Aspek Sosiologis Wisatawan

A. Tipologi Wisatawan

Berbagai macam tipologi wisatawan telah dikembangkan, dengan menggunakan berbagai dasar klasifikasi. Namun demikian Murphy (1985) memandang bahwa tipologi-tipologi tersebut dapat dikelompokkan atas dua, yaitu atas dasar interaksi (*interactional type*) dan atas dasar kognitif-normatif (*cognitive-normative models*). Pada tipologi atas dasar interaksi, penekanannya adalah sifat-sifat interaksi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, sedangkan tipologi atas dasar kognitif-normatif lebih menekankan pada motivasi yang melatarbelakangi perjalanan.

Dengan pendekatan interaksi, Cohen (1972) mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi, serta tingkat pengorganisasian dari perjalanan wisatanya. Atas dasar ini, Cohen membedakan wisatawan atas empat, yaitu seperti di bawah ini:

1. Drifter, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya, dan bepergian dalam jumlah kecil.
2. Explorer, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri, dan tidak mau mengikuti jalan-jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum (*off the beaten track*). Wisatawan seperti ini bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal dan tingkat interaksinya dengan masyarakat lokal juga tinggi.
3. Individual Mass Tourist, yaitu wisatawan yang menyerahkan pengaturan perjalanannya kepada agen perjalanan, dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal.
4. Organized-Mass Tourist, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal, dengan fasilitas seperti yang dapat ditemuinya di tempat tinggalnya, dan perjalanannya selalu

dipandu oleh pemandu wisata. Wisatawan seperti ini sangat ter-
kungkung oleh apa yang disebut sebagai *environmental bubble*.

Tipe *drifter* dan *explorer* termasuk ke dalam *non-institutionalized traveler*, sedangkan tipe individual dan organized mass tourist termasuk dalam *institutionalized tourist*.

Smith (1977) juga melakukan klasifikasi terhadap wisatawan, dengan membedakan wisatawan atas tujuh kelompok, yaitu:

1. Explorer, yaitu wisatawan yang mencari perjalanan baru dan berinteraksi secara intensif dengan masyarakat lokal, dan bersedia menerima fasilitas seadanya, serta menghargai norma dan nilai-nilai lokal.
2. Elite, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata yang belum dikenal, tetapi dengan pengaturan lebih dahulu, dan bepergian dalam jumlah yang kecil.
3. Off-beat, yaitu wisatawan yang mencari atraksi sendiri, tidak mau ikut ke tempat-tempat yang sudah ramai dikunjungi. Biasanya wisatawan seperti ini siap menerima fasilitas seadanya di tempat lokal.
4. Unusual, yaitu wisatawan yang dalam perjalanannya sekali waktu juga mengambil aktivitas tambahan, untuk mengunjungi tempat-tepat yang baru, atau melakukan aktivitas yang agak berisiko meskipun dalam aktivitas tambahannya tersedia menerima fasilitas apa adanya, tetapi program pokoknya tetap harus mendapatkan fasilitas yang standar.
5. Incipient mass, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan secara individual atau kelompok kecil, dan mencari daerah tujuan wisata yang mempunyai fasilitas standar tetapi masih menawarkan keaslian (*authenticity*).
6. Mass, yaitu wisatawan yang bepergian ke daerah tujuan wisata dengan fasilitas yang sama seperti di daerahnya, atau bepergian ke daerah tujuan wisata dengan *environmental bubble* yang sama. Interaksi dengan masyarakat lokal kecil, kecuali dengan mereka yang langsung berhubungan dengan usaha pariwisata.
7. Charter, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata dengan lingkungan yang mirip dengan daerah asalnya, dan biasanya

hanya untuk bersantai/bersenang-senang. Mereka bepergian dalam kelompok besar, dan meminta fasilitas yang berstandar internasional.

Dalam pendekatan *cognitive-normative*, motivasi yang melatar-belakangi perjalanan wisata menjadi fokus utama. Dalam hal ini konsep sosiologi tentang *centre* dari wisatawan (yang menyangkut moral, nilai, norma dan sebagainya) menjadi sangat penting. Atas dasar ini, Plog (1972) mengembangkan tipologi wisatawan sebagai berikut:

1. *Allocentric*, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi tempat-tempat yang belum diketahui, bersifat petualangan (*adventure*), dan memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh masyarakat lokal.
2. *Psychocentric*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah mempunyai fasilitas dengan standar yang sama dengan di negaranya sendiri. Mereka melakukan perjalanan wisata dengan program yang pasti, dan memanfaatkan fasilitas dengan standard internasional.
3. *Mid-centric*, terletak di antara *allocentric* dan *psychocentric*.

Cohen (1979), dalam tulisannya yang lain membedakan wisatawan ke dalam kelompok (1) *modern pilgrimage* (ziarah modern) dan (2) *search for pleasure* (mencari kesenangan). Dalam hal ini Cohen memandang bahwa *centre* bagi seseorang dapat berupa *spiritual centre* maupun *cultural centre*, di mana orang tersebut mencari “makna”. Makna ini tidak dapat ditemukan di rumah, melainkan di dalam perjalanan. Atas dasar fenomenologi ini, Cohen membedakan wisatawan menjadi antara lain sebagai berikut:

1. *Existensial*, yaitu wisatawan yang meninggalkan kehidupan sehari-hari dan mencari “pelarian” untuk mengembangkan kebutuhan spiritual. Mereka bergabung secara intensif dengan masyarakat lokal.
2. *Experimental*, yaitu wisatawan yang mencari gaya hidup yang berbeda dengan yang selama ini dilakoni, dengan cara mengikuti pola hidup masyarakat yang dikunjungi. Wisatawan seperti ini secara langsung terasimilasi ke dalam kehidupan masyarakat lokal.

3. *Experiential*, yaitu wisatawan yang mencari makna pada kehidupan masyarakat lokal, dan menikmati keaslian kehidupan lokal/tradisional.
4. *Diversionsary*, yaitu wisatawan yang mencari pelarian dari kehidupan rutin yang membosankan. Mereka mencari fasilitas rekreasi, dan memerlukan fasilitas yang berstandar internasional.
5. *Recreational*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan wisata sebagai bagian dari usaha menghibur diri atau relaksasi, untuk memulihkan kembali semangat (fisik dan mentalnya). Mereka mencari lingkungan yang menyenangkan, umumnya tidak mementingkan keaslian.

Wisatawan *Exixtensial*, *Experimental*, dan *Experiential* termasuk ke dalam *modern pilgrimage*, sedangkan *Diversionsary* dan *Recreational* termasuk ke dalam tipe *search for pleasure*.

Berdasarkan perilaku wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata, Gray (1970) membedakan wisatawan menjadi dua, yaitu (1) *sunlust* dan (2) *wanderlust*. *Sunlust tourist* adalah wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah dengan tujuan utama untuk beristirahat atau relaksasi, sehingga mereka umumnya mengunjungi DTW yang mempunyai ciri multiple S (*sun, sea, sand*). Wisatawan tipe ini mengharapkan keadaan iklim, fasilitas, makanan, dan lain-lain, yang sesuai dengan standar di negara asalnya. Sebaliknya *wanderlust tourist* adalah wisatawan yang perjalanan wisatanya didorong oleh motivasi untuk mendapatkan pengalaman baru, mengetahui kebudayaan baru, ataupun mengagumi keindahan alam yang belum pernah dilihat. Wisatawan seperti ini lebih tertarik kepada DTW yang mampu menawarkan keunikan budaya atau pemandangan alam yang mempunyai nilai pembelajaran yang tinggi.

Semua tipologi di atas mempunyai beberapa kelemahan yang antara lain dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Semua tipologi bersifat teoritis, dan mungkin tidak bisa ditemukan di lapangan. Misalnya *The Drifter*, sebagai tipologi pada titik ekstrim dari *mass tourism*, mungkin sulit ditemui di lapangan, karena setiap wisatawan pasti mempunyai *itinerary*, walaupun tidak terlalu ketat.

2. Seorang wisatawan tidak selalu berada pada salah satu tipe untuk selamanya. Sekali waktu mungkin yang bersangkutan ada dalam tipe *mass tourism*, tetapi pada waktu lainnya masuk dalam kategori explorer.
3. Tipologi yang dikembangkan di atas tidak memperhitungkan berbagai pertimbangan yang menyebabkan seorang wisatawan berperilaku tertentu. Misalnya seorang wisatawan lebih memilih bepergian secara individual karena pertimbangan finansial atau pertimbangan waktu.
4. Pengalaman seorang wisatawan pada suatu DTW tidaklah tunggal, melainkan kombinasi antarberbagai jenis pengalaman, yang mungkin masuk ke dalam tipologi yang berbeda, misalnya sekali waktu bersifat eksperimental, tetapi di lain waktu bersifat rekreasional.
5. Tipologi yang dikembangkan semuanya bersifat etik, yaitu berdasarkan cara pandang peneliti, tidak bersifat emik.

Secara singkat, tipologi di atas terlalu bersifat statis dan deskriptif serta menggunakan generalisasi makro, sehingga kurang memperhatikan situasi empiris mikro. Oleh karena itu, untuk tujuan perencanaan, termasuk dalam pengembangan fasilitas kepariwisataan, tipologi yang lebih sesuai adalah tipologi berdasarkan atas kebutuhan riil kelompok-kelompok wisatawan (segmentasi). Untuk itu, tipologi semestinya dibuat bukan atas dasar variabel tunggal yang bersifat linier, melainkan bersifat multi dimensional yang mengkombinasikan berbagai karakteristik wisatawan (Sharpley, 1994). Berbagai faktor yang perlu diperhitungkan antara lain adalah faktor demografis dan sosial ekonomi, yang sangat penting digunakan untuk melakukan segmentasi pasar. Ciri-ciri demografis dan sosial ekonomi yang berbeda akan mempunyai ekspektasi dan/atau perilaku yang juga berbeda. Faktor demografis dan sosial ekonomi ini meliorang juga berbedanaja, tua, dan seterusnya); tahan dalam siku hiiputer (muda, kawin dengan anak-anak yang masih kecil-kecil, anak-anak sudah besar, dan seterusnya); gender (laki, perempuan); dan mata pencaharian atau pendapatan (pekerja kasar, eksekutif, professional, dan sebagainya).

B. Motivasi Wisatawan

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan trigger dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini acapkali tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri (Sharpley, 1994; Wahab, 1975). Analisis mengenai motivasi semakin penting kalau dikaitkan dengan pariwisata sebagai fenomena masyarakat modern, di mana perilaku masyarakat dipengaruhi oleh berbagai motivasi yang terjalin secara sangat kompleks, bukan hanya untuk survival sebagaimana motivasi perjalanan pada masyarakat sederhana. Kajian mengenai motivasi wisatawan mengalami pergeseran dari memandang motivasi sebagai proses singkat untuk melihat perilaku perjalanan wisata, ke arah yang lebih menekankan bagaimana motivasi mempengaruhi kebutuhan psikologis dan rencana jangka panjang seseorang, dengan melihat bahwa motif intrinsik (*seperti self actualisation*) sebagai komponen yang sangat penting (Cohen, 1984)

Motivasi wisatawan untuk mendapatkan *authentic experience* (pengalaman otentik) juga mendapatkan perhatian penting, karena masalah *authenticity*, dalam persepsi wisatawan dari negara-negara maju, hanya bisa didapatkan pada masyarakat yang tradisional, yang masih asli dan hidup sederhana. Pada kenyataannya, apa yang didapatkan wisatawan kebanyakan berupa *staged authenticity*, karena keaslian yang benar-benar “otentik” tetap disimpan pada *back-stage* oleh masyarakat lokal (Lebih jauh Cohen dan Taylor (1976) menyebutkan bahwa berlibur di luar negeri merupakan wahana pengembangan identitas manusia modern, serta meningkatkan kesadaran akan diri, karena dunia modern telah membuat manusia teralienasi di rumahnya sendiri.

Pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal. Dari berbagai motivasi yang mendorong perjalanan, McIntosh (197) dan Murphy (1985, cf. Sharpley, 1994) mengatakan bahwa motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi tempat kelompok besar sebagai berikut:

1. *Physical or physiological* motivation (motifasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai, dan sebagainya.
2. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objekinggalan budaya (monumen bersejarah).
3. *Social motivation* atau interpersonal motivation (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga (VFR, *Visiting friends and relatives*), menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestise), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan, dan seterusnya.
4. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enhancement* yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai *status and prestige motivation*.

Motivasi perjalanan seseorang dipengaruhi oleh faktor internal wisatawan itu sendiri (*intrinsic motivation*) dan faktor eksternal (*extrinsic motivation*). Secara instrinsik, motivasi terbentuk karena adanya kebutuhan dan/atau keinginan dari manusia itu sendiri, sesuai dengan teori hirarki kebutuhan Maslow. Konsep Maslow tentang hierarki kebutuhan yang dimulai dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan prestise, dan kebutuhan akan aktualisasi diri, telah dijadikan dasar untuk meneliti motivasi wisatawan oleh Pearce (1988) dan Pearce dan Calta-biano (1983), yang antara lain menemukan bahwa motivasi perjalanan seorang wisatawan bisa berubah-ubah dari waktu ke waktu dalam suatu proses yang dinamis. Dann (1977) juga menggunakan dasar teori Maslow di dalam membahas motivasi wisatawan, dari studi kasus di Barbados. Ia melaporkan temuannya bahwa *social needs* dan *esteem needs* memegang peran penting, termasuk ke dalamnya rasa diterima oleh masyarakat dan ingin dihargai. Pearce (1988) yang menerap-

kan teori Maslow dalam meneliti motivasi wisatawan, menemukan bahwa *self actualization* dan *social needs* menempati urutan tertinggi.

Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang terbentuknya dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti norma sosial, pengaruh atau tekanan keluarga, dan situasi kerja, yang terinternalisasi, dan kemudian berkembang menjadi kebutuhan psikologis. Dari perspektif fungsionalisme, motivasi wisatawan untuk melepaskan diri sejenak dari kegiatan rutin berfungsi untuk mengembalikan harmoni di masyarakat, sehingga pariwisata dapat dipandang sebagai salah satu bentuk terapi sosial (Krippendorf, 1986; Sharpley, 1994). Dari perspektif social-action theory, motivasi ini sangat penting, karena melihat perilaku wisatawan secara individual di dalam hubungannya dengan masyarakat yang lebih luas.

Motivasi merupakan faktor penting bagi calon wisatawan di dalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Calon wisatawan akan mempersepsi daerah tujuan wisata yang memungkinkan, di mana persepsi ini dihasilkan oleh preferensi individual, pengalaman sebelumnya, dan informasi yang didapatkannya. Motivasi perjalanan wisata mengalami evolusi, sejalan dengan perkembangan pariwisata itu sendiri.

Krippendorf (1997) melaporkan bahwa motivasi seorang wisatawan melakukan perjalanan sangat bervariasi, dan motivasi tersebut tidak selalu bersifat tunggal, melainkan kombinasi dari berbagai motivasi. Dari studinya pada tahun 1986, dilaporkan bahwa persentase wisatawan dengan motivasi-motivasi utama di dalam melakukan perjalanan wisata adalah rekuperasi dan regenerasi, kompensasi dan integrasi sosial, escape, komunikasi, memperluas pengalaman, kebebasan dan determinasi diri, realisasi diri, dan untuk bersenang-senang.

Apapun motivasi seseorang melakukan perjalanan, maka bagi seorang wisatawan, perjalanan tersebut akan mempunyai beberapa manfaat atau akibat seperti di bawah ini (Krippendorf, 1997).

1. *Travel is recuperation and regeneration* (perjalanan wisata merupakan wahana penyegaran dan regenerasi fisik dan mental).

2. *Travel is compensation and social integration* (perjalanan wisata merupakan kompensasi terhadap berbagai hal yang melelahkan, sekaligus juga berfungsi sebagai wahana integrasi sosial bagi mereka yang di rumahnya merasa teralienasi).
3. *Travel is escape* (perjalanan wisata merupakan “pelarian” dari situasi keseharian yang penuh ketegangan, rutinitas yang menjemukan, atau kejenuhan-kejenuhan karena beban kerja).
4. *Travel is communication* (perjalanan wisata merupakan mekanisme bagi seseorang untuk dapat mengeluarkan perasaannya, melalui komunikasi dengan orang lain, termasuk dengan masyarakat lokal).
5. *Travel broadens the mind* (perjalanan wisata merupakan wahana untuk mengembangkan wawasan).
6. *Travel is freedom and self determination* (perjalanan wisata merupakan wahana untuk mendapatkan kebebasan dengan berbagai secular ritual, ataupun dengan berbagai inversi yang dapat dilakukan).
7. *Travel is self realization* (perjalanan wisata merupakan wahana untuk realisasi diri).
8. *Travel is happiness* (perjalanan wisata memang merupakan sesuatu yang menyenangkan, membuat hidup lebih bahagia).

Di samping adanya faktor-faktor yang memotivasi seseorang melakukan perjalanan, ada juga berbagai faktor yang “memaksa” seseorang untuk tetap tinggal di rumah, tidak melakukan perjalanan. Faktor-faktor tersebut antara lain tidak adanya waktu, tidak cukupnya biaya, alasan kesehatan, alasan keamanan, atau memang lebih senang tinggal di rumah. Sebuah penelitian terhadap masyarakat Eropa (1987) menunjukkan bahwa faktor-faktor biaya dan alasan memang lebih senang tinggal di rumah merupakan faktor yang sangat penting.

C. Citra Destinasi di Mata Wisatawan

Setiap daerah tujuan wisata mempunyai citra (*image*) tertentu, yaitu mental maps seseorang terhadap suatu destinasi yang mengandung keyakinan, kesan, dan persepsi. Menurut Lawson dan Band Bovy (1977 Mathieson dan Wall, 1982), citra adalah *an expression of all objective*

knowledge, impressions, prejudices, imaginations and emotional thoughts an individual or group have of a particular object or place.

Citra yang terbentuk di pasar merupakan kombinasi antara berbagai faktor yang ada pada destinasi yang bersangkutan (seperti cuaca, pemandangan alam, keamanan, kesehatan dan sanitasi, keramahtamahan, dan lain-lain) di satu pihak, dan informasi yang diterima oleh calon wisatawan dari berbagai sumber di pihak lain, atau dari fantasinya sendiri. Fantasi, walaupun tidak real, sangat penting di dalam mempengaruhi keputusan calon wisatawan. Menurut Nuryanti (1996: 250) *In the world of tourism, fantasy and reality are interwoven: the emergence of "virtual reality", which collapses both time and space, may be the perfect technological manifestation of this phenomenon.*

Pentingnya peranan citra ini juga dapat dilihat dari pandangan Buck (1993) dan Laws (1995), yang memandang bahwa pariwisata adalah industri yang berbasiskan citra, karena citra mampu membawa calon wisatawan ke dunia simbol dan makna. *Tourism is an industry based on imagery; its overriding concern is to construct, through multiple representations of paradise, an imagery (of the destination) that entices the outsider to pace himself or herself into the symbol-defined space...* (Buck, 1993).

Bahkan menurut Gallarza, Saura dan García (2002: 56), image atau citra memegang peranan lebih penting daripada sumberdaya pariwisata yang kasat mata. *...images are more important than tangible resources", all because "perceptions, rather than reality are what motivate consumers to act or not act.*

Citra juga bisa memberikan kesan bahwa suatu destinasi akan memberikan suatu atraksi yang berbeda dengan destinasi lainnya, yang sesungguhnya menawarkan atraksi yang tidak jauh berbeda, sehingga menambah keinginan untuk mengunjungi destinasi tersebut. *Image can establish a meaningful position for the destination in the public's mind as being a place different from other destinations offering similar primary attractions* (Laws, 1995).

Berbagai image yang selama ini melekat di kalangan wisatawan internasional, yang besar pengaruhnya, misalnya:

Bali: *Exotic and unique culture, the Paradise*, dll.

Seychelles: *The promiscuous island*

Ibisa: *the invaded paradise*

Galapagos: *the eco destination*

Guam: *the marriage island (honeymoon island)*

Destinasi wisata selalu berusaha menguatkan brand-image-nya yang positif di mata pasar internasional. Untuk itu masing-masing destinasi selalu berusaha mempromosikan image itu dengan slogan atau ikon yang langsung dapat merepresentasikan atau mengasosiasikan destinasi tersebut. Berbagai slogan yang belakangan ini begitu populer dan nampaknya cukup “menyentuh” pasar antara lain:

Singapura: *the heart of Asia*

Malaysia: *Truly Asia*

Thailand: *Amazing Thailand*

Dominika: *a land of sensation*

India: *incredible India*

Indonesia juga sudah membuat slogan, yaitu *Indonesia, just a smile away* (2001) yang kemudian diganti (2004) dengan *Indonesia, ultimate in diversity*.

D. Faktor Pendorong dan Penarik

Keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kuatnya faktor-faktor pendorong (*push factors*) dan faktor-faktor penarik (*pull factors*). Faktor pendorong dan penarik ini sesungguhnya merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan. Faktor pendorong umumnya bersifat sosial-psikologis, atau merupakan *person-specific motivation*, sedangkan faktor penarik merupakan *destination-specific attributes*. Pentingnya push and pull factors ini di dalam pariwisata dijelaskan oleh Richardson dan Fluker sebagai berikut:

*Push factors are all the economic, social demographic, technological and political forces that stimulate a demand for tourism activity by 'pushing' consumers away from their usual place of residence. These are the dominant factors when people decide they want to 'get away from it all', but are vague about where they want to go. Pull factors are those which 'pull' consumers towards a particular destination (e.g. a positive image, safety, attractions, climate). Forms of tourism are among pull factors-the destination's offering (Richardson and Fluker, 2004). Dann (1977) memandang bahwa faktor pendorong utama seseorang untuk melakukan perjalanan wisata (khususnya dari negara Barat ke Dunia Ketiga) adalah untuk melepaskan diri dari tekanan psikis dalam kehidupan sehari-hari di negara industri, yang dijelaskan sebagai berikut: *The connection between 'what makes tourists travel' and the anomic society from which they come thus acts as a hallmark for the current theoretical perspective. It is claimed that a possible push factor for travel lies in the desire to transcend the feeling of Isolation obtained in everyday life, where the tourist simply wishes to get away from it all'* (Dann, 1977).*

Dengan adanya faktor pendorong, maka seseorang ingin melakukan perjalanan wisata, tetapi belum jelas daerah mana yang akan dituju. Berbagai faktor penarik yang dimiliki oleh DTW akan menyebabkan orang tersebut memilih DTW tertentu untuk memenuhi need and wants-nya. Ryan (1991), dari kajian literturnya menemukan berbagai faktor pendorong bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata seperti di bawah ini.

1. *Escape*. Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan, atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari.
2. *Relaxation*. Keinginan untuk rekuperasi/penyegaran, yang juga berhubungan dengan motivasi untuk escape di atas.
3. *Play*. Ingin menikmati kegembiraan, melalui berbagai permainan, yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan, dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius.
4. *Strengthening family bonds*. Ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam konteks VFR (*Visiting Friends and Relations*).

Keakraban hubungan kekerabatan ini juga terjadi di antara anggota keluarga yang melakukan perjalanan bersama-sama, karena kebersamaan sangat sulit diperoleh dalam suasana kerja sehari-hari di negara industri.

5. *Prestige*. Untuk menunjukkan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status atau derajat sosial. Bagi berbagai masyarakat, perjalanan keluar merupakan salah satu bentuk inisiasi.
6. *Social interaction*. Untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat, atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi.
7. *Romance*. Keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantis, atau untuk memenuhi kebutuhan seksual, khususnya dalam pariwisata seks.
8. *Educational opportunity*. Keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain dan/atau daerah lain, atau mengetahui kebudayaan etnis lain. Ini merupakan pendorong yang dominan di dalam pariwisata.
9. *Self-fulfilment*. Keinginan untuk menemukan diri sendiri (*self. Selivery*), karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat kita menemukan daerah atau orang yang baru.
10. *Wish-fulfilment*. Keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi, yang lama dicita-citakan, sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat, agar bisa melakukan perjalanan. Hal ini juga sangat jelas dalam perjalanan wisata religius, sebagai bagian dari keinginan atau dorongan yang kuat dari dalam diri.

Jackson (1989) juga telah mengidentifikasi berbagai faktor penarik dan pendorong. Menurutnya ada delapan faktor pendorong yang dapat diidentifikasi, yaitu: (1) *ego enhancement*, (2) *ritual inversion*, (3) *pilgrimage*, (4) *religion*, (5) *health*, (6) *education*, (7) *perceived authenticity*, dan (8) *conventions/conferences*. Dari sisi faktor penarik, Jackson (1989) membedakannya atas sebelas faktor, yaitu: (1) *location climate*, (2) *national promotion*, (3) *retail advertising*, (4) *wholesale marketing*, (5) *special events*, (6) *incentive schemes*, (7) *visiting friends*,

(8) *visiting relatives*, (9) *tourist attractions*, (10) *culture*, dan (11) *natural environment man-made environment*.

Lebih lanjut dikatakan bahwa antara faktor pendorong dan penarik ini ada faktor fasilitasi, yang memungkinkan dorongan dan tarikan tersebut menjadi suatu keputusan untuk melakukan perjalanan. Beberapa fasilitator yang dapat diidentifikasi sebagai faktor fasilitasi antara lain adalah sebagai berikut: (1) *cultural self-confidence*, (2) *annual leave*, (3) *weekends*, (4) *flexitime*, (5) *long-service leave*, (6) *disposable income*, dan (7) *transport system*. Kegiatan pariwisata pada hakikatnya juga merupakan inversi (ritual inversion), yaitu melakukan atau mendapatkan hal-hal yang berlawanan dengan apa yang biasa didapatkan di daerah asal. Contoh yang sering didengar, seorang eksekutif dalam perjalanan wisatanya ingin menjadi “petani sehari”, sedangkan seorang buruh ingin menjadi “raja sehari”. Orang yang di rumahnya tertekan, akan melakukan inversi, dengan segala kebebasan di tempat wisata, yang tidak terikat lagi secara ketat oleh berbagai aturan, norma, kepercayaan, dan lain sebagainya. Inversi ini dilakukan baik secara geografis, fisik, maupun secara mental-psikologis. Inversi yang ingin didapatkan oleh wisatawan.

E. Proses Pengambilan Keputusan Berwisata

Sebelum melakukan perjalanan wisata, seorang calon wisatawan terlebih dahulu melakukan sebuah proses mental, untuk sampai pada keputusan, menyangkut kapan akan melakukan perjalanan, berapa lama, ke mana, dengan cara bagaimana, dan seterusnya. Proses pengambilan keputusan ini sangat penting artinya bagi pembangunan pariwisata, terkait dengan berbagai fakta yang mempengaruhi keputusan, dan faktor-faktor ini dapat dipengaruhi (dintervensi dalam proses promosi (pemasaran wisata). Pemahaman terhadap proses pengambilan keputusan ini di samping penting sebagai dasar promosi, juga sangat penting di dalam perenemping produk dan penentuan segmentasi pasar (Mathieson dan Wall, 1982) atau target pemasaran (Shaw dan Williams, 1992). Hal ini semakin penting di dalam situasi kompetisi yang semakin ketat, terutama pada saat pasar mulai sangat tersegmentasi. Pada awalnya, pendekatan

yang digunakan untuk melihat proses pengambilan keputusan adalah pendekatan ekonomi semata-mata. Dalam hal ini calon wisatawan diasumsikan sebagai *economic man* yang menganggap bahwa calon wisatawan telah menjadi informasi yang lengkap dan akan mengambil keputusan dengan sangat rasional. Wisatawan akan mengambil keputusan untuk mengoptimalkan manfaat dari perjalanannya dengan keterbatasan waktu dan dana yang dimiliki (Mathieson dan Wall, 1982). Namun pada kenyataannya calon wisatawan tidak mempunyai info yang lengkap dan akurat tentang berbagai aspek dari destinasi yang akan dikunjunginya, sehingga pendekatan murni *economic man* tidak sepenuhnya efektif.

Pendekatan lain yang kemudian dikembangkan adalah pendekatan perilaku (*behavioral approach*). Dalam pendekatan ini, meskipun calon wisatawan tetap diasumsikan bertindak rasional, tetapi lebih mencari kepuasan (*satisfaction*) dibandingkan dengan pengalaman yang optimal. Menurut Rostron (1972, dalam Mathieson dan Wall, 1982) pendekatan ini lebih sesuai untuk melihat bagaimana calon wisatawan sampai pada keputusan dan melaksanakan keputusan tersebut.

Keputusan untuk melakukan perjalanan wisata pada galibnya adalah keputusan “pembelian”, yaitu mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan. Namun pembelian dalam konteks pariwisata mempunyai beberapa keleluasaan, paling tidak dalam hal-hal di bawah ini (Mathieson dan Wall, 1982; Shaw dan William, 1992):

1. Produk yang dibeli adalah produk *intangible*, berupa pengalaman (*experience*). Meskipun ada bagian dari produk yang *tangible* (seperti cinderamata), tetapi preparasinya sangat kecil terhadap total nilai pembelian.
2. Nilai pembelian umumnya besar, umumnya jauh lebih besar dibandingkan dengan pembelian barang-barang umum lainnya.
3. Pembelian tidak bersifat spontan. Perjalanan wisata umumnya termasuk perencanaan aspek finansial, pemilihan jenis akomodasi, transportasi, dan seterusnya
4. Untuk menikmati produk yang dibeli, wisatawan harus mengunjungi secara langsung, berbeda dengan produk lain yang dapat dikirim

kepada pembeli. Produk yang dibeli dalam pariwisata tidak dapat disimpan untuk dinikmati pada waktu yang berbeda.

5. Bagi sebagian wisatawan, mereka tidaklah *distant minimized*, bahkan menganggap perjalanan panjang sebagai bagian penting dari produk wisata yang dibeli.

Menurut Mathieson dan Wall (1982), proses pengambilan keputusan seorang wisatawan melalui lima fase yang sangat penting, yaitu:

1. Kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan. Tujuan dari perjalanan dirasakan oleh calon wisatawan, yang selanjutnya ditimbang-timbang apakah perjalanan tersebut memang harus dilakukan atau tidak.
2. Pencarian dan penilaian informasi. Hal ini misalnya dilakukan dengan menghubungi agen perjalanan, mempelajari bahan-bahan promosi (brosur, leaflet, media masa), atau mendiskusikan dengan mereka yang telah berpengalaman terlebih dahulu. Info ini dievaluasi dari segi keterbatasan dana dan waktu alternatif dari berbagai destinasi yang memungkinkan dikunjungi, dan pertimbangan-pertimbangan lainnya.
3. Keputusan melakukan perjalanan wisata. Keputusan ini meliputi antara lain daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi, jenis akomodasi, cara berpergian, dan aktivitas yang akan dilakukan di daerah tujuan wisata.
4. Persiapan perjalanan dan pengalaman wisata. Wisatawan melakukan booking, dengan segala persiapan pribadi, dan akhirnya perjalanan wisata dilakukan.
5. Evaluasi kepuasan perjalanan wisata. Selama perjalanan, tinggal di daerah tujuan wisata, dan setelah kembali ke negara asal, wisatawan secara sadar maupun tidak sadar, selalu melakukan evaluasi terhadap perjalanan wisatanya, yang akan mempengaruhi keputusan perjalanan wisatanya di masa yang akan datang.

Ada berbagai faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan di atas, antara lain sebagai berikut:

1. Karakteristik wisatawan, baik karakteristik sosial, ekonomi (umur, pendidikan, pendapatan, dan pengalaman sebelumnya), maupun karakteristik perilaku (seperti motivasi, sikap, dan nilai yang dianut).
2. Kesadaran akan manfaat perjalanan, pengetahuan terhadap destinasi yang akan dikunjungi, citra destinasi.
3. Gambaran perjalanan, yang meliputi jarak, lama tinggal di daerah tujuan wisata, kendala waktu dan biaya, bayangan akan risiko, ketidakpastian, dan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan wisata.
4. Keunggulan daerah tujuan wisata, yang meliputi jenis dan sifat atraksi yang ditawarkan, kualitas layanan, lingkungan fisik dan sosial, situasi politik, aksesibilitas, dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan. Yang juga sangat penting sebagai salah satu atribut daerah tujuan wisata adalah citra (image) yang dimiliki.

Dilihat dari rentang waktu keputusan diambil dan realitas perjalanan secara nyata dilakukan, ada variasi yang sangat lebar di antara kelompok pasar. Shaw dan William (1992) mengelompokkan perilaku wisatawan dalam hal ini atas tiga perilaku. Yang pertama adalah impulse buyers, yaitu mereka yang sangat tertarik pada harga rendah yang ditawarkan oleh agen perjalanan. Kelompok ini mempunyai perencanaan yang singkat. Kelompok kedua adalah repeat buyers, yaitu mereka yang kembali ke destinasi yang sama setiap tahun. Yang ketiga adalah meticulous planners, yaitu mereka yang berusaha mencari info yang lengkap dan mutakhir, serta secara terinci membuat perbandingan. Mereka umumnya merencanakan perjalanannya dalam waktu yang relatif lama.

Bab 3

Sistem Pariwisata

A. Teori Sistem

Pendiri *General system Theory* adalah seorang ahli biologi yang bernama *Bertalanffy* (Leiper, 1990). Sebagai seorang *biologist*, ia mengatakan bahwa untuk menjelaskan dan memahami bahan kajian secara komprehensif, orang harus mengintegrasikan fakta-fakta ilmiah dari berbagai spesialisasi atau bidang lain *Bertalanffy* memformulasikan teori dari sebuah sistem secara umum yang dapat diterapkan pada semua kajian ilmu. Di masa tersebut ada kecenderungan bahwa metode konvensional yang diterapkan di bidang ilmu fisika didesain untuk menjelaskan sebuah sistem yang tertutup. Hal itu sangat berbeda dengan kajian *Bertalanffy* yang berusaha mengaitkan dan melibatkan interaksinya dengan lingkungan. Awalnya *General System Theory* muncul sebagai metode dalam riset yang bersifat interdisiplin.

Cara berfikir sistem telah merevolusi banyak disiplin ilmu empat puluh tahun kemudian sejak diperkenalkan. Salah satu keunggulan cara berfikir sistem adalah kemampuan untuk mengklarifikasi dan menyederhanakan persoalan yang kelihatannya kompleks. Kecenderungan cara berfikir sistem ini juga diterapkan dalam studi pariwisata dimana kompleksitas persoalan harus dihadapi bagi setiap orang yang berusaha memahami pariwisata secara komprehensif. Dalam cara berfikir sistem, tidak ada sistem tunggal, melainkan terdapat hierarki sistem dimana masing-masing sistem mempunyai superioritas dan sub-ordinat. Ekspresi atau istilah yang dipakai untuk menjelaskan *ilevel* sistem yang lebih rendah adalah sub-sistem.

Jordan (1981, dalam Leiper, 1990) menyatakan bahwa dalam pengertian mendasar, secara esensial pengertian sistem adalah sebagai berikut: *We call a thing a system when we wish to express the fact that the thing is perceived/conceived as consisting of a set of elements, of parts, that are connected to each other by at least one distinguishing principle.*

Sedangkan Bertalanffy (1972, dalam Leiper, 1990) mendefinisikan sistem sebagai berikut: *A system may be defined as a set of elements standing in interrelation among themselves and with the environments.*

Dengan mengacu pada berbagai definisi yang ada, cara berfikir sistem dalam pariwisata adalah melihat pariwisata sebagai suatu aktivitas yang kompleks, yang dapat dipandang sebagai suatu sistem yang besar, yang mempunyai berbagai komponen seperti, ekonomi, politik, sosial, budaya dan seterusnya. Melihat pariwisata sebagai sebuah sistem berarti bahwa analisis mengenai berbagai aspek kepariwisataan tidak bisa dilepaskan dari subsistem yang lain seperti, politik, ekonomi, budaya dan seterusnya dalam hubungan saling ketergantungan dan saling terkait (*interconnectedness*). Sebagai sebuah sistem, antarkomponen dalam sistem tersebut terjadi hubungan interdependensi, yang berarti bahwa perubahan pada subsistem lain sampai akhirnya kembali ditemukan harmono yang baru. Sebagaimana dikatakan oleh Mill and Morrison (1985; xix), pariwisata adalah sistem dari berbagai elemen yang tersusun seperti sarang laba-laba; *like a spider; e web-touch one part of it and reverberations will be felt throughout* (dikutip dari Fennel, 1999).

Pariwisata sebagai suatu sistem juga dijelaskan oleh Fennel (1999) yang memandang pariwisata sebagai: *“the interrelated system that includes tourists and the associated service that are provided and utilised (facilities, attractions, transportation and accommodation) to aid in their movement”* (1999). Tipe paling sederhana dari model sistemik harus menggambarkan *framework* (struktur dari sistem) dan *clockwork* (interaksi antarelemen dalam sistem tersebut dan sistem dengan lingkungannya)

B. Sistem Pariwisata

Beberapa ahli (misalnya Getz, 1986; McIntosh & Goeldner, 1986, dalam Leiper, 1990) telah mencoba membuat “model” sistem dari fenomena yang berkembang dalam pariwisata. Walau masing-masing ahli tidak menggunakan pendekatan sistem yang formal dan sama, namun terdapat nuansa yang mengerucut, yaitu keharusan menggunakan pendekatan sistem dalam mempelajari pariwisata. Menurut Leiper (1990) dan Cooper,

et al., (1999), elemen-elemen dari sebuah sistem pariwisata yang sederhana menyangkut sebuah daerah/negara asal wisatawan, sebuah *generatory* yang membalik proses tersebut. Pada model 1 terlihat elemen pokok, yaitu *traveler-generating region*, *departing traver*, *transit route region*, *tourist-destination region* dan *returning traveler*. Namun demikian inti dari kelima elemen tersebut menyangkut tiga hal pokok, yaitu elemen wisatawan, tiga elemen geografis (*gabungan dari travel generator, transit route dan tourist destination*) dan elemen industri pariwisata.

1. Elemen Wisata

Wisata adalah faktor dari sistem pariwisata. Pariwisata, pada akhirnya adalah sebuah pengalaman yang berisi humanis, menyenangkan dan tidak terlupakan serta menjadi salah satu bagian pengalaman terpenting dari hidup pelakunya.

2. Elemen Geografis

Menyangkut tiga elemen, yaitu (1) *traveler-generation region*, (2) *tourist destination region* dan (3) *transit route region*. *Traveler-generating region* merupakan asal dan pasar pariwisata di mana calon wisatawan mencari informasi tentang tujuan wisatanya melakukan transaksi pemesanan (*booking*) perjalanan wisata dan dari mana wisatawan tersebut berangkat menuju tempat tujuan wisata. *Tourist destination region* merupakan tujuan perjalanan wisata. Sebagai daerah tujuan wisata dampak pariwisata akan terasa paling besar dari daerah lainnya. Biasanya tujuan wisata merupakan daerah dengan keunikan tersendiri yang berbeda dengan daerah lain termasuk daerah atau negara asal wisatawan keunikan dan perbedaan tersebut bisa berupa budaya sejarah, alam dan sebagainya. Keunikan ini biasanya disebut gaya tarik wisata. Hal inilah yang menjadi energi utama bagi Keseluruhan sistem pariwisata yang mengakibatkan permintaan akan perjalanan wisata bagi *traveler generating region*. Pada daerah tujuan wisata inilah konsekuensi yang paling dramatis dari sistem pariwisata terjadi. *Transit route region* bukan saja mewakili waktu dan tempat sementara dalam sebuah perjalanan wisata untuk mencapai daerah tujuan wisata utama, tetapi juga menyangkut kesempatannya untuk

menjadi tujuan wisata antara (*enroute tourism destination*). Dalam konsep ini selalu ada interval waktu dan tempat dalam sebuah perjalanan wisata ketika seorang wisatawan merasa mereka telah meninggalkan tempat asalnya tetapi belum sempat di tempat yang mereka pilih untuk dikunjungi sebagai daerah tujuan wisata.

3. Elemen industri pariwisata

Elemen terakhir dalam model Leiper adalah industri pariwisata yang dapat kita bayangkan sebagai wilayah bisnis dan organisasi yang terlibat dalam menghasilkan produk pariwisata. Sebagai contoh, *travel agents* dan *tour operators* adalah yang utama ditemukan dalam kategori *traveller generating region*. Antraksi wisata dan industri perhotelan/restoran ditemukan di *destination region*. Sektor transportasi umumnya ditemukan di *transit route region*.

Masing-masing elemen dari model sistem pariwisata Leiper saling berinteraksi, tidak saja menyampaikan produk wisata, tetapi juga dalam hal transaksi, dampak, dan beragam konteks dan konsekuensi di mana pariwisata tersebut berada. Kelebihan utama dari model sistem pariwisata Leiper adalah kesederhanaan dan kemudahan penerapannya yang menyediakan *way of thinking* tentang pariwisata. Apalagi model Leiper bisa dipilah-pilah untuk menyederhanakan analisisnya sehingga lebih detail dan spesifik. Menurut Cooper, et al., (1999), keunggulan penggunaan pendekatan model sistem pariwisata Leiper antara lain:

1. Kemampuan yang untuk memajukan pendekatan interdisiplin dalam mempelajari pariwisata sebab model tersebut tidak mengakar pada satu subjek dan disiplin tertentu tetapi menyediakan framework yang menyediakan ruang bagi pendekatan disiplin tertentu untuk diterapkan.
2. Kemampuan model untuk dipakai dalam berbagai skala dan *level* penerapannya mulai dari level sebuah *resort* lokal sampai pada sebuah industri pariwisata bertaraf internasional.
3. Modal tersebut sangat fleksibel dan memungkinkan mewakili beragam bentuk pariwisata dengan kemampuannya memilah dan menganalisis elemen-elemen utama dari beragam bentuk pariwisata tersebut.

4. Memiliki kemampuan menggambarkan prinsip penting dalam studi pariwisata, di mana semua elemen dari pariwisata saling berhubungan dan berinteraksi. Dalam beberapa pendekatan, elemen-elemen pariwisata dipisahkan dan dianalisis secara terpisah, tetapi dalam kenyataannya semua saling terkait yang menyediakan pemahaman yang komprehensif mengenai keberadaan pariwisata.

Sistem pariwisata secara sederhana juga digambarkan oleh Mathieson dan Wall (1982), yang melihat bahwa sistem pariwisata terdiri atas tiga elemen yaitu (1) elemen dinamik yaitu perjalanan wisata (2) elemen statik yaitu keberadaan destinasi, dan (3) elemen konsekuensial, yaitu berbagai dampak yang timbul, seperti dampak ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan. Mill dan Morrison (1985, CF. Fennel, 1999) juga mengembangkan sebuah model sistem pariwisata, yang terdiri dari empat komponen utama berikut:

1. *Market (reaching the marketplace)*
2. *Travel (the purchase of travel products),*
3. *Destination (the shape of travel demand) dan*
4. *Marketing (the selling of travel)*

Poon (1993) melihat sistem pariwisata dengan perspektif yang berbeda yaitu lebih menekankan pada aspek pemasaran pariwisata. Dikatakan bahwa sistem pariwisata terdiri atas (1) subsistem produktif, (2) subsistem delivery, (3) subsistem manajemen, dan (4) subsistem distribusi dan penjualan. Secara aktual jumlah sistem pariwisata sangat besar promo karena setiap perjalanan wisata diikuti oleh satu atau lebih elemen (dan menciptakan kembali) sebuah sistem yang unik dan berbeda. Secara global, dalam setiap tahunnya berjuta-juta 'sistem' bergerak dengan melibatkan jutaan wisatawan.

C. Industri Pariwisata dalam Sistem Pariwisata

Konsep sistem memberikan cara baru dalam berpikir tentang *travel dan tourism industry*. Cara berpikir konvensional dan umum mengenai industri pariwisata adalah perspektif wilayah dan negara sebagai sebuah tujuan wisata. Dengan demikian bila seseorang berbicara mengenai

industri pariwisata Bali berarti bisnis atau usaha dan segala sumber daya di Bali yang mendorong dan mendukung Pulau Bali sebagai sebuah tujuan wisata.

Namun, dalam konsep berpikir sistem, pengertian diatas sedikit kurang jelas karena kurang dapat membedakan apakah Bali sebagai sebuah sistem pariwisata yang berdiri sendiri atautkah hanya sebagai salah satu elemen dalam sebuah sistem pariwisata keseluruhan. Sesungguhnya apa yang disebut “industri pariwisata Bali” tidak selalu sebagai sebuah kesatuan sistem pariwisata yang berdiri sendiri. Hal ini merefleksikan sebagai pengusaha perjalanan, *tour operator*, maskapai penerbangan dan organisasi lainnya di luar Bali ‘ikut berpikir dan bertindak’.

Industri pariwisata dapat dipandang sebagai sebuah subsistem dari sistem pariwisata secara keseluruhan. Struktur industri pariwisata dimulai dari *traveler generating region*, dari mana calon wisatawan merencanakan dan memulai perjalanan wisatanya, termasuk di dalamnya (dalam contoh di atas) Bali sebagai daerah tujuan wisata. Kondisi ini berlaku jika seorang calon wisatawan pergi ke biro atau agen perjalanan di negaranya untuk merencanakan perjalanan wisata ke Bali. Subsistem industri pariwisata berlanjut sepanjang tempat atau jalur transit yang mencakup pelayanan maskapai penerbangan dan akomodasi selama transit penerbangan. Berikutnya di tempat tujuan wisata (sebagai contoh, Bali) menyangkut akomodasi berupa resort atau hotel, pertunjukan seni dan budaya, *tour operator* lokal yang mengantar wisatawan ke objek wisata atau antraksi-antraksi wisata. Sesungguhnya dalam kehidupan nyata terdapat jutaan subsistem industri pariwisata. Tujuan wisata populer seperti Bali dihubungkan oleh sistem industri perjalanan dengan industri pariwisata dari ribuan *generating region* dari seluruh dunia.

D. Faktor Lingkungan

Sistem pariwisata merupakan sebuah sistem terbuka dari pariwisata pun tidak terjadi di dalam ruang hampa. Sistem pariwisata ini juga berinteraksi dengan lingkungan yang lebih luas seperti ekonomi, sosial

Budaya, teknologi, politik umum hukum lingkungan fisik dan sebagainya. Berinteraksi Makna bahwa proses itu terjadi dalam dua arah.

Pertama, Faktor lingkungan mempengaruhi struktur dan keragaman sistem pariwisata. Misalnya, sebuah negara mempunyai pendapatan perkapita tinggi dan tingkat kesejahteraan penduduk yang baik, Cenderung menjadi sumber wisatawan bagi negara-negara lain yang memiliki kondisi yang sebaliknya. Umumnya penduduk negara-negara industri maju seperti Eropa, Amerika Utara dan Asia timur memiliki norma budaya untuk melakukan perjalanan jauh selama masa liburan. Hal ini juga merupakan pengaruh lingkungan terhadap sistem pariwisata yang menjadi sumber tumbuhnya Wisatawan. Di sisi lain, negara yang mempunyai iklim nyaman dan daya tarik alam yang baik cenderung menjadi lingkungan fisik yang mendorongnya menjadi daerah tujuan wisata. Kedua, sistem pariwisata mempunyai konsepsi atau dampak terhadap lingkungan di mana sistem pariwisata tersebut berada. Sebuah tempat yang dikunjungi oleh begitu banyak wisatawan akan menjadi terkenal dan cenderung mengalami perubahan cukup besar Dalam bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan fisik. Hal ini bisa berdampak positif maupun negatif bagi daerah tersebut.

Bab 4

Mengenal Sosiologi Untuk Ilmu Pariwisata

A. Pengertian Sosiologi dan Sifat Hakikatnya

Di dalam lingkungan masyarakat kita, baik di sekolah, perguruan tinggi, maupun pergaulan masyarakat umum, kita sebagai makhluk ciptaan Yang Kuasa, memiliki rasa untuk bersaudara, berteman dan bergaul dengan orang lain. Tidak ada manusia di dunia ini yang mampu hidup sendir tanpa melakukan hubungan dengan manusia lain. Secara umum, hubungan tersebut dilakukan guna memenuhi kebutuhan hidup manusia mengingat keterbatasan yang di milikinya. Terlepas dari semua hal tersebut, hubungan yang dilakukan di antara berbagai manusia dalam masyarakat secara mendalam dikenal sebagai ilmu Sosial.

Manusia selalu mengadakan hubungan kemanapun dan di manapun secara berulang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Agar hubungan itu berjalan dengan baik, dalam berperilaku, manusia senantiasa berpedoman pada nilai-nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Nilai dan norma yang dimiliki setiap masyarakat tidak sama. Dengan menyadari Persamaan dan perbedaannya, serta keikutsertaan kita dalam hubungan sosial, memberikan gambaran kepada kita tentang ilmu yang akan kita pelajari, yaitu Sosiologi.

Istilah sosiologi berasal dari bahasa Latin, yaitu *Socius* yang berarti 'Kawan', 'teman' sedangkan logos berarti 'ilmu pengetahuan'. Ungkapan ini di publikasikan pertama kalinya dalam buku yang berjudul *Cours De Philosophie Positive* karangan Aguste Comte (1789-1857). Jadi sosiologi adalah "berbicara mengenai masyarakat". Pada 1842, istilah sosiologi sebagai cabang ilmu sosial di cetuskan pertama kali oleh ilmuan perancis bernama Aguste Comte, yang kemudian di kenal sebagai bapak ilmu sosiologi. Sosiologi sebagai ilmu yang mempelajari tentang masyarakat lahir di eropa karena ilmuan eropa pada abad ke-19 mulai menyadari perlunya secara khusus mempelajari kondisi dan perubahan sosial. Para ilmuan itu kemudian berupaya membangun suatu teori sosial berdasarkan

ciri-ciri hakiki masyarakat pada tiap tahap peradaban manusia. Auguste Comte membedakan antara sosiologi statis, di mana perhatian di pusatkan pada hukum-hukum statis yang menjadi dasar adanya masyarakat, dan sosiologi dinamis di mana perhatian di pusatkan tentang perkembangan masyarakat dalam arti pembangunan. Rintisan Auguste Comte tersebut di sambut hangat oleh masyarakat luas, tampak dari tampilnya sejumlah ilmuwan besar di bidang sosiologi. Mereka antara lain Herbert Spencer, Karl Marx, Emile Durkheim, Ferdinand Tönnies, Georg Simmel, Pitirim Sorokin (Semuanya berasal dari Eropa). Masing-masing berjasa besar menyumbangkan beragam pendekatan mempelajari masyarakat yang amat berguna untuk perkembangan sosiologi.

Bagi Auguste Comte sosiologi merupakan ilmu pengetahuan kemasyarakatan umum yang merupakan hasil terakhir daripada perkembangan ilmu pengetahuan, oleh karena itu sosiologi didasarkan kepada perkembangan-perkembangan ilmu pengetahuan. Sosiologi lahir pada saat-saat terakhir perkembangan ilmu pengetahuan, maka oleh karena itu sosiologi di dasarkan kepada kemajuan yang telah di capai oleh ilmu pengetahuan sebelumnya (William F. Ogburn & Meyer F. Nimkoff, 1964).

Selanjutnya Auguste Comte berkata bahwa sosiologi harus di bentuk berdasarkan pengamatan dan tidak pada spekulasi perihal keadaan masyarakat. Hasil-hasil observasi tersebut harus di susun secara sistematis dan metodologis, akan tetapi sayang Auguste Comte tidak menjelaskan bagaimana cara menilai hasil-hasil pengamatan kemasyarakatan tersebut. Lahirnya ilmu sosiologi kedalam ilmu pengetahuan, tercatat pada saat Comte menerbitkan bukunya yang berjudul *Positive-Philosophy* pada tahun 1842. (Auguste Comte. *The Positive Philosophy of Auguste Comte*, 1858), Dalam buku Comte ini peertama kali memakai istilah sosiologi, selain itu juga menceritakan hukum tiga tahap.

Pada abad ke-19 Auguste Comte telah menulis beberapa buah buku yang mendekati untuk mempelajari masyarakat. Dia berpendapat bahwa ilmu sosial mempunyai urutan tertentu berdasarkan logika dan metoda ilmiah, dan bahwa setiap penelitian dilakukan melalui tahap-tahap tertentu untuk kemudian mencaoi tahap akhir yaitu tahap ilmiah. Dia

beranggapan bahwa kini saatnya telah tiba atas keilmiahannya penelitian terhadap kemasyarakatan. Sejak saat itu Aguste Comte memperkenalkan Sosiologi sebagai ilmu pengetahuan kemasyarakatan, sejak saat itu pula Aguste Comte sering di sebut sebagai bapak Sosiologi, karya Aguste Comte “*The Positive Philosophy of Aguste Comte*” (Johnson, 1986). (Yang terpetik dalam Yesmil Anwar & Adang, *Pengantar sosiologi hukum*, 2008). Yang di terbitkan antara tahun 1830-1842, yang mencerminkan suatu komitmen yang kuat terhadap metoda ilmiah. Metode ini harus di terapkan untuk menemukan hukum-hukum alam yang mengatur gejala-gejala sosial, kenyataan sosial harus di bedakan dari tingkat individual.

Apa itu sosiologi? Sosiologi adalah sebuah disiplin ilmu yang mempelajari individu kelompok dan lembaga sosial yang membentuk masyarakat secara umum. Ini tentu saja batasan sosiologi yang sangat sederhana, tetapi mudah di mengerti secara awam. Sekedar pengenalan awam, berikut akan di jelaskan selintas ruang lingkup kasiologi tersebut. Sosiologi adalah pengetahuan atau ilmu tentang sifat, perilaku, dan perkembangan masyarakat. Sosiologi merupakan cabang ilmu sosial yang mempelajari masyarakat dan pengaruhnya terhadap kehidupan manusia.

Dalam perkembangan sejarah, sosiologi sebagai ilmu pengetahuan yang objek kajiannya masyarakat, sudah terbentuk sejak Ariestoteles, hanya saja pada waktu itu nama sosiologi sebagai ilmu pengetahuan sejatinya belum terciptakan. Dalam hal ini sosiologi jelas merupakan ilmu sosial yang mempunyai objeknya masyarakat menurut Hasan Sadily (1989). Sosiologi adalah: ilmu masyarakat atau kemasyarakatan yang mempelajari manusia sebagai anggota golongan atau masyarakatnya (tidak sebagai individu yang terlepas dari golongan atau masyarakatnya) dengan ikatan-ikatan adat, kebiasaan, kepercayaan atau agamanya, tingkah laku serta keseniannya atau yang di sebut kebudayaan yang meliputi segala segi kehidupan.

Berikut dibawah ini definis-definisi sosiologi yang di kemukakan beberapa ahli:

1. Patirim sorokin: Sosiologi adalah ilmu yang mempelajari hubungan dan pengaruh timbal balik antara aneka macam gejala sosial (misalnya gejala ekonomi, gejala keluarga, dan gejala moral), sosiologi adalah ilmu yang mempelajari hubungan dan pengaruh timbal balik antara gejala sosial dengan gejala non sosial, dan yang terakhir, sosiologi adalah ilmu yang mempelajari ciri-ciri umum semua jenis gejala-gejala sosial lain.
2. Roucek dan Werren: Sosiologi adalah ilmu yang mempelajari hubungan antara manusia dalam kelompok-kelompok.
3. William F. Ogburn dan Mayer F. Nimkopf: sosiologi adalah penelitian secara ilmiah terhadap interaksi sosial dan hasilnya, yaitu organisasi sosial.
4. J.A.A Vondorn dan C.J. Lammers: sosiologi adalah ilmu pengetahuan tentang struktur-struktur dan proses-proses kemasyarakatan yang bersifat stabil.
5. Max Weber; Sosiologi adalah ilmu yang berupaya memahami tindakan-tindakan sosial; Selo Sumardjan dan Soeleman Soemardi; sosiologi adalah ilmu kemasyarakatan yang mempelajari struktur sosial dan proses-proses sosial termasuk perubahan sosial.
6. Paul B. Horton; sosiologi adalah ilmu yang memusatkan penelaahan pada kehidupan kelompok dan produk kehidupan kelompok tersebut.
7. Soejono soekanto; sosiologi adalah ilmu yang memusatkan perhatian pada segi-segi kemasyarakatan yang bersifat umum dan berusaha untuk mendapatkan pola-pola umum kehidupan masyarakat;
8. Selo Soemardjan & Soelaem Soemardi; Sosiologi atau ilmu masyarakat ialah ilmu yang mempelajari struktur sosial dan proses-proses sosial, termasuk perubahan-perubahan sosial. struktur sosial adalah keseluruhan jalinan antara unsur-unsur sosial yang pokok yaitu kaidah-kaidah sosial (norma-norma sosial), lembaga-lembaga sosial, kelompok-kelompok serta lapisan-lapisan sosial. Proses sosial adalah pengaruh timbal balik antara segi kehidupan bersama, umpamanya pengaruh timbal balik antara segi kehidupan ekonomi dengan segi kehidupan politik, antara segi kehidupan hukum dengan segi kehidupan

agama, anata segi kehidupan agama dengan segi kehidupan ekonomi, dan lain sebagainya.

9. Wikiam kornblum; sosiologi adalah suatu upaya ilmiah untuk mempelajari masyarakat dan perilaku sosial anggotanya dan menjadikan masyarakat yang bersangkutan dalam berbagai kelompok dan kondisi.
10. Alvin Johnson; sosiologi adalah ilmu yang mempelajari kehidupan dan perilaku, terutama dalam kaitannya dengan suatu sistem sosial dan bagaimana sistem tersebut mempengaruhi orang dan bagaimana pula orang yang terlibat di dalam mempengaruhi sistem tersebut.

Dari berbagai definisi di atas, maka dapat di simpulkan bahwa: sosiologi adalah ilmu yang membicarakan apa yang sedang terjadi saat ini, khususnya pola-pola hubungan dalam masyarakat serta berusaha mencari pengertian-pengertian umum, rasional, empiris serta bersifat umum. Dapat dikatakan bahwa sosiologi adalah ilmu pengetahuan yang mempunyai objek studi utamanya adalah masyarakat. Jadi demikian sosiologi bagian ilmu-ilmu sosial. Mayor Polak (1979) dalam hal ini lebih lanjut mengatakan bahwa sosiologi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari masyarakat sebagai keseluruhan, yakni hubungan antara manusia dengan manusia, manusia dengan kelompok, kelompok dengan kelompok, baik formil maupun materil, baik statis maupun dinamis. Definisi dari Polak tersebut, ingin menjelaskan bahwa sosiologi bukanlah mempelajari apa yang diharuskan atau apa yang di harapkan, tetapi mempelajari apa yang ada, yang selanjutnya menjadi bahan untuk bertindak dan berusaha. Dari beberapa definisi yang di jabarkan di atas, maka dapat dilihat bahwa mengingat akan luas dan rumitnya masyarakat yang akan dikaji, maka definisi di atas masing-masing memiliki kelemahan dan kekurangan.

B. Sosiologi Sebagai Ilmu Pengetahuan

1. Pengertian Ilmu, Filsafat Ilmu

Dalam pandangan Imanuel Kant apa yang dapat kita tangkap dengan panca indra itu hanya terbatas pada gejala atau fenomena, sedang substansi yang ada di dalamnya tidak dapat kita tangkap dengan panca indra disebut *nomenon* (nomena). Apa yang dapat kita tangkap dengan

panca indra itu adalah penting, pengetahuan tidak sampai di situ saja tetapi harus lebih dari sekedar yang dapat dingkap panca indra. Yang dapat kita ketahui atau dengan kata lain dapat kita tangkap dengan panca indra adalah hal-hal yang berada didalam ruang dan waktu. Yang berada diluar ruang dan waktu adalah diluar jangkauan panca indra kita, itu terdiri dari 3 (tiga) ide regulatif: yakni pertama, ide kosmologis yaitu tentang semesta alam (kosmos) yang tidak dapat kita jangkau dengan panca indra, kedua, ide psikologis: yaitu tentang *psiche* atau jiwa manusia, yang tidak dapat kita tangkap dari panca indra, yang dapat kita tangkap dengan panca indra kita adalah manifestasinya misalnya perilakunya, emosinya, kemampuan berfikirnya, dan lain-lain, ketiga, ide teologis yaitu tentang Tuhan sang pencipta semesta alam (Emanuel Kant, 2005).

Apa yang dapat kita tangkap, wujud yang sebenarnya adalah ilmu pengetahuan, yakni suatu uraian yang sistematis dan metodis tentang suatu hal atau masalah. Jadi dengan demikian, wujud ilmu itu adalah apa saja yang dapat kita tangkap lewat panca indra kita, kita mengetahui sesuatu itu adalah pengetahuan, jika apa yang kita ketahui tersebut adalah sesuai dengan metode yang berlaku, maka wujud yang kita tangkap tersebut adalah ilmu pengetahuan.

Dalam pandangan yang cukup sederhana, bahwa ilmu pengetahuan harus ada obyeknya. Adapun obyek ilmu pengetahuan adalah obyek material dan formal. Obyek material adalah bahan yang menjadi sasaran suatu ilmu pengetahuan sedangkan obyek formal adalah sudut pembahasan suatu ilmu pengetahuan, misal; ilmu jiwa dan ilmu manusia yang kedua macam ilmu pengetahuan itu mempunyai obyek material sama (manusia), akan tetapi obyek formalnya berbeda. Oleh karena itu obyek material ilmu pengetahuan dapat sama sedang obyek formalnya berbeda. Di samping itu, ilmu pengetahuan harus metodis, artinya ilmu pengetahuan dalam mengadakan pembahasan serta penyelidikan untuk suatu ilmu pengetahuan harus menggunakan metode yang ilmiah; ilmu pengetahuan harus sistematis; ilmu pengetahuan, harus mempunyai dinamika: ilmu pengetahuan harus tumbuh dan berkembang untuk mempunyai kesempurnaan.

Dari pandangan Imanuel Kant tersebut, dapat penulis timbulkan bahwa asumsi dasar yang melatar belakangi semua ilmu pengetahuan dan pemikiran rasional secara umum adalah bahwa dunia fisik ada, dan bahwa dimungkinkan bagi kita untuk memahami hukum-hukum yang mengatur realitas objektif. Sebagian besar ilmuan menerima bahwa jagad diatur oleh hukum-hukum alam, satu fakta yang di ungkapkan oleh Phillip Anderson, beliau mengungkapkan bahwa sungguh, sulit untuk membayangkan bagaimana ilmu pengetahuan bisa ada jika mereka tidak menerima hal itu. Kepercayaan pada hukum alam adalah kepercayaan pada jagad ini pada akhirnya akan dapat dipahami bahwa kekuatan yang menentukan takdir dari sebuah galaxy akan juga menentukan jatuhnya sebutir apel di bumi ini bahwa atom yang memantulkan cahaya yang menerobos sebutir intan dapat juga membentuk bahan penyusun sel hidup; bahwa elektron, neutron dan proton yang muncul dari big bang kini dapat melahirkan otak manusia, pemikiran, dan jiwa. Kepercayaan pada hukum alam adalah kepercayaan pada kesatuan jagad ini ditingkat terdalam yang paling dimungkinkan.

Hal yang sama berlaku pula pada umat manusia secara umum. Tiap penemuan baru dari ilmu pengetahuan dan berbagai bidang teknik telah memperluas dan memperdalam pemahaman kita, tapi justru dengan demikian, juga menyajikan tantangan-tantangan baru. Tiap pertanyaan yang terjawab akan segera melahirkan dua pertanyaan baru. Seperti seorang pengembara yang, dengan kegairahan yang meluap, berjalan menuju cakrawala, haya untuk menemukan bahwa cakrawala itu akan terus menjauh, memanggilnya dari kejauhan itu, demikian pula proses penemuan berjalan tanpa melihat garis akhirnya. Para ilmuan menyelam semakin dalam pada misteri dunia sub-atomik, dalam pencarian atas “partikel terakhir”. tapitiap kali mereka mencapai cakrawala dengan teriakan kemenangan, cakrawala itu dengan keras kepala mundur kembali ke kejauhan.

Apa yang tertangkap dari fenomena seperti yang digambarkan oleh Imanuel Kant, adalah ilusi dari tiap epos bahwa ia adalah puncak tertinggi dari segala pencapaian dan kebijaksanaan manusia. Orang-orang Yunani

kuno mengira bahwa mereka telah memahami segala hukum jagad berdasarkan geometri hukum euclides. Laplace mengira demikian pula dalam hubungannya dengan mekanika Newton. Di tahun 1880, kepala kantor hak paten Prusia menyatakan bahwa segala sesuatu yang dapat di temukan telah diciptakan orang. Kini, para ilmwan cenderung lebih memutar dalam pernyataan mereka. Sekallipun demikian asumsi-asumsi dibuat diam-diam bahwa, misalnya teori relativitas umum eistein adalah mutlak benar, dan prinsip ketidakpastian memiliki penerapan universal.

Dalam berbagai berbagai bentuk literatur, sejarah ilmu pengetahuan menunjukkan bagaimana ekonomisnya pemikiran manusia. Hanya sedikit saja yang terbuang dalam proses pembelajaran kolektif. Bahkan kesalahan sekalipun, ketika ditelaah secara jujur dapat memainkan satu peran yang positif. Hanya ketika pemikiran di bekukan kedalam dogma-dogma resmi, yang menganggap ide-ide baru sebagai hujatan yang harus dilarang dan dijatuhi sanksi, baru ketika itulah perkembangan pemikiran dikumpulkan, bahkan dilemparkan ke belakang. Sejarah yang mengecewakan dari abad pertengahan merupakan bukti yang cukup tentang hal ini. Pencarian batu kebijaksanaan (*the philisopher's stone*) didasarkan pada hipotesis yang keliru, namun para ahli alkimia tetap membuat penemuan-penemuan yang penting, dan meletakkan pondasi bagi perkembangan ilmu kimia moderen. Teori ledakan besar, dengan pencarian atas “awal waktu” yang hanya bayang-bayang itu hampir-hampir tidak memiliki keabsahan ilmia yang lebih tinggi daripada alkimia, namun, sekalipun demikian, tidak ada keraguan bahwa kemajuan-kemajuan besar, dan sedang, dikerjakan.

Seperti yang di lihat dengan tepat oleh Erik J. Lerner bahwa dalam pandangannya, data yang baik, yang didapat yang ditelaah secara kompeten, selalu memiliki nilai ilmiah sekalipun teori yang mengilhaminya keliru. Teoritis lain akan menemukan kegunaan akan data itu, kegunaan yang samasekali tidak berfikir ketika mereka pertama kali dikumpulkan. Bahkan dalam karya yang teoritik, upaya-upaya tulus untuk membandingkan satu teori dengan pengamatan hampir selau terbukti berguna, tidak tergantung dari ketepatan teorinya: seorang teoritis pastilah akan galau

jika idenya keliru, tapi pencoretan terhadap satu kemungkinan yang keliru tidak dapat sebut membuang waktu.

Perkembangan ilmu pengetahuan melangkah maju melalui serangkaian pendekatan yang berlangsung bersinambungan. Tiap generasi sampai pada serangkaian generalisasi yang mendasar tentang bekerjanya alam yang berguna untuk menjelaskan gejala-gejala teramati tertentu. Selalu hal ini dianggap sebagai kebenaran mutlak, sah selamanya dalam "semua dunia yang mungkin ada". Walau demikian, setelah penelitian yang lebih dekat, mereka terbukti bukan mutlak, melainkan relati. Pengecualian-pengecualian ditemukan, yang bertentangan dengan aturan-aturan yang baku, dan, pada gilirannya, menuntut satu penjelasan, dan demikian seterusnya sampai tak berhingga. Penemuan pertama adalah kesadaran bahwa tiap perubahan skala membawa gejala yang baru dan jenis perilaku yang baru pula. Bagi fisikawan partikel moderen, proses ini tidak berhenti. Tiap akselerator partikel yang baru, dengan peningkatan energi dan kecepatan, telah memperluas bidang pandang ilmu pengetahuan pada partikel-partikel yang semakin kecil dan skala waktu yang semakin singkat, dan tiap perluasan kelihatannya selalu membawa informasi-informasi baru.

Apakah kita dengan demikian harus berputus asa bahwa kita tidak akan pernah mencapai kebenaran mutlak? Penyajian pertanyaan dengan cara ini menunjukkan ketidakpahaman akan hakikat kebenaran dan pengetahuan manusia. Maka Imanuel Kant, menurut penulis berpikir bahwa pikiran manusia hanya dapat memahami apa yang tampak. Di balik apa yang tampak itu, hadirilah *Thing-in-itself*, hakikat segala sesuatu yang tidak akan pernah kita pahami, terhadap hal ini Hegel menjawab bahwa pengetahuan terhadap ciri-ciri sebuah hal adalah pengetahuan terhadap hal itu sendiri. Tidak ada tembok yang mutlak antara penampakan dan hakikat. Kita mulai dengan realitas yang menampakan diri mereka pada kita melalui indra kita, kita menyelam semakin dalam kedalam misteri-misteri, berpindah dari penampakan pada hakikat; dari yang khusus ke universal; yang sekunder menuju ke yang mendasar; dari fakta menuju hukum.

Dengan menggunakan terminologi yang digunakan Hegel untuk menjawab Imanuel Kant, seluruh sejarah ilmu pengetahuan dan pemikiran manusia secara umum adalah sebuah proses perubahan, dari *Thing-in-itself* menjadi *thing for as*, dari hakikat benda-benda menuju apa yang berguna bagi kita. Dengan kata lain, apa “yang tidak dapat di pahami” pada satu tahap perkembangan ilmu pengetahuan akhirnya akan dapat di jelajahi dan dijelaskan. Tiap rintangan yang ditempatkan dijalur pemikiran akan diruntuhkan. Tapi, dengan memecahkan satu masalah, kita segera akan berhadapan dengan masalah-masalah baru yang harus pula dipecahkan, tantangan-tantangan baru yang harus diatasi. Dan proses ini tidak akan pernah berakhir, karena ciri-ciri dari jagad material sungguh tak berhingga.

Sebagai hasil dari kontemplasi dari penulis, bahwa dengan mengikuti analogi ini lebih jauh, kita dapat mengatakan bahwa dengan memandang totalitas dari hukum alam kita tidak pernah memiliki cukup pandangan dan bidang irisan untuk dapat memberi kita pemahaman utuh atas totalitas ini. Tapi sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan, dan pengembangan ilmu-ilmu baru kita mendapatkan semakin banyak pandangan dari berbagai sisi, pandangan yang lebih menyeluruh, pandangan yang lebih rinci, dan sebagainya. Tiap teori atau penjelasan tertentu atas satu himpunan gejala yang tertentu pula hanya akan memiliki wilayah kesahihan yang terbatas dan hanya cukup untuk konteks tertentu dan di bawah kondisi yang terbatas.

Dalil utama dari pemikiran penulis tersebut, bahwa tiap teori yang diekstrapolasi pada konteks yang acak dan pada kondisi yang acak akan (seperti pandangan) parsial kita pada objek) membawa kita pada peramalan-peramalan yang penuh kesalahan. Penemuan kesalahan semacam itu adalah salah satu dari cara yang terpenting untuk membuat kemajuan dalam ilmu pengetahuan. Sebuah teori baru, apa yang akhirnya akan di lahirkan dari penemuan kesalahan semacam itu, tidaklah merusak kesahihan teori yang lama. Melainkan, dengan memungkinkan satu perlakuan atas wilayah yang lebih luas daripada apa yang dapat di tangani oleh teori lama itu, dan, dengan melakukan itu, dia membantu men-

definisikan satu kondisi dimana teori yang lama itu dapat mempertahankan kesahihannya (misalnya, seperti teori relativitas mengoreksi hukum Newton tentang gerak, dan dengan demikian membantu menetapkan batas-batas kondisi di mana hukum Newton berlaku yaitu dimana kecepatan relatif rendah dibandingkan dengan kecepatan cahaya).

Maka, kita tidak berharap bahwa tiap hubungan kausal merupakan kebenaran mutlak; karena dengan melakukan ini, mereka akan diharuskan untuk dapat diterapkan tanpa pendekatan lagi dan tanpa pembatasan apapun. Dengan demikian, kita melihat bahwa cara kemajuan ilmu pengetahuan adalah, dan selalu, melalui serangkaian pemahaman atas hukum alam yang semakin mendasar, luas dan akurat, setiap pemahaman memberi sumbangan pada kondisi-kondisi kesahihan dari pemahaman yang lebih dahulu (sebagai mana pandangan yang lebih luas dan rinci atas objek kita membantu memberi batasan atas pandangan atau himpunan pandangan tertentu).

Dalam bukunya *The Structure of Scientific Revolution*, Thomas Kuhn menggambarkan sejarah ilmu pengetahuan sebagai revolusi teoritik belaka, memutus masa-masa panjang yang hanya di isi oleh perubahan kualitatif, yang di abdikan untuk mengisi rincian-rinciannya. Dalam masa-masa normal semacam itu, ilmu pengetahuan itu bekerja didalam suatu himpunan teori tertentu yang di sebutnya paragdigma, Yang merupakan asumsi yang tidak dipertanyakan lagi tentang bagaimana adanya dunia ini. Pada awalnya, memberikan kerangka kerja yang koherenn untuk penyelidikan. Tantap kerangka kerja yang di sepakati bersama-sama, para ilmu-an akan selamanya berdebat tentang hal-hal yang mendasar. Ilmu pengetahuan, tidak lebih dari masyarakat, tidak dapat hidup dalam masa-masa gejolak revolisioner yang permanen. Justru untuk alasan ini, revolusi adalah hal yang jarang terjadi, baik dalam masyarakat maupun dalam ilmu pengetahuan.

Selama beberapa waktu, ilmu pengetahuan dapat melangkah maju di atas jalur yang telah dikenal ini, sambil menumpuk hasil. Tapi, sementara itu, apa yang semula merupakan hipotesis baru yang berani akhirnya diubah menjadi ortodoksi yang kaku. Jika sebuah percobaan menghasilkan

sesuatu yang bertentangan dengan teori yang ada, para ilmuwan mungkin menyembunyikannya, karena hasil-hasil itu merupakan subversif terhadap tatanan yang ada. Hanya ketika anomali itu bertumpuk sampai titik di mana mereka tidak lagi diabaikan, ketika itulah landasan baru disiapkan untuk munculnya revolusi ilmiah yang menggulingkan teori yang dominan dan membuka suatu masa perkembangan ilmu pengetahuan “normal” yang baru, pada tingkat yang lebih tinggi.

Walaupun tentu sangat terlalu disederhanakan, gambaran tentang ilmu pengetahuan ini, sebagai sebuah generalisasi yang luas, dapat dianggap benar. Dalam bukunya Ludwig Feurdbach, Engel menerangkan sifat dialektik dari perkembangan pikiran manusia, seperti yang ditunjukkan baik dalam sejarah ilmu pengetahuan maupun filsafat, kebenaran yang merupakan tugas filsafat untuk mengenalinya, di tangan hegel tidak lagi menjadi suatu kumpulan pernyataan dogmatik yang sempurna yang setelah ditentukan, tinggal dihafalkan saja. Kebenaran kini terletak dalam proses pengenalan kebenaran itu sendiri, dalam perkembangan panjang ilmu pengetahuan, yang bergerak dari tingkat pengetahuan rendah ke tinggi tanpa pernah mencapai, melalui penemuan dari apa yang di sebut kebenaran mutlak, suatu titik dimana tidak lagi dapat maju lebih jauh. Dimana kita tidak lagi memiliki sesuatupun untuk dikerjakan selain berpangku tangan dan menatap dengan kagum pada kebenaran mutlak yang telah dimilikinya.

2. Jenis Ilmu Pengetahuan

Ilmu pengetahuan secara *ontology* adalah sekumpulan proposisi sistematis yang terkandung dalam pernyataan-pernyataan yang benar dengan ciri pokok yang bersifat general, rational, objektif, mampu di uji kebenarannya, (verifikasi objektif), dan nanpu menjadi milik umum (The Liang Gie, 1991) atau dapat juga dalam kajian yang lain didefinisikan sebagai pengetahuan yang diatur secara sistematis dan langkah-langkah pencapaiannya dipertanggungjawabkan secara teoritis (C, Verhaak). Sehingga merujuk pada hal tersebut ilmu adalah sebuah pembatasan prosedur-prosedur yang dapat membimbing penelitian menurut arah tertentu. Di mana ilmu pengetahuan bersifat sangat dinamis karena sangat

adaptif terhadap lingkungan budaya dan kontelasi sosial. Dinamika tersebut menjadikan ilmu pengetahuann harus sanggup mengakui pengaruh timbal balik dari penilaian. Sehingga ilmu adalah sebuah pembatas sekaligus penjawab dari sebuah ideologi yang nantinya akan mampu diterjemahkan dalam dua pilihan akan dunia ideologi dunia atau agama. Sehingga akan mendapatkan sebuah batasan yang jelas tentang kajian kiblat ilmu pengetahuan tersebut dipertanggungjawabkan sehingga tidak hanya menjadi sebuah kebenaran teoritis saja.

Dalam kajian Islam terdapat ilmu pengetahuan adalah akal dan kalbu. Dengan tetap berkonsep pada dzat akan ada yang tidak terbatas yaitu pengetahuan *Allah*, sedangkan pengetahuan manusia sangat terbatas. Setiap orang memiliki pengetahuan yang berbeda-beda. Pengetahuan adalah milik umum yang tidak bisa disembunyikan atau dimonopoli. Manusia, malaikat, jin dan makhluk hidup lainnya memiliki jumlah pengetahuan yang bervariasi. Pengetahuan bisa menjadi abadi, contohnya ilmu yang diwahyukan. Jenis-jenis lain pengetahuan bersifat relatif *nisbiyat al haqiqa*. Hakikat yang mungkin dari ilmu pengetahuan muncul dari keterbatasan pengamatan manusia dan interpretasi dari fenomena fisik. Sementara itu, ketika kita membicarakan tahap-tahap perkembangan pengetahuan dalam satu nafas tercakup pula telaahan filsafat yang menyangkut pertanyaan mengenai hakikat ilmu pengetahuan sendiri

Ilmu pengetahuan sebagaimana yang diilustrasikan tersebut di atas, secara ontologis, yaitu tentang apa dan sampai di mana yang hendak dicapai ilmu yang mempunyai eksistensi jelas dalam dimensi ruang dan waktu yang terukur dan terjangkau oleh pengalaman dan pengamatan inderawi. Ontologis adalah aspek yang membahas tentang hakikat objek yang dikaji atau membahas tentang apa yang ingin diketahui atau merupakan suatu kajian mengenai teori tentang hakikat ada. Berdasarkan objek yang telah di tengahnya, maka ilmu dapat disebut sebagai pengetahuan empirik (nyata) yang berbeda dengan agama. Aspek ontology inilah yang membedakan antara objek disiplin ilmu pengetahuan satu dengan ilmu pengetahuan lainnya.

Maka dengan demikian semua hasil tersebut menjadi data dapat diolah, diinterpretasi, diverifikasi, dan ditarik kesimpulan. Sehingga tidak akan muncul kajian dengan ditambahi hal-hal yang bersifat mistis dan komik seperti surga dan neraka. Karena sudah kita sepakati bahwa ilmu tersebut adalah ilmu pengetahuan yang sudah kita batasi ruang dan dimensi waktunya sehingga tidak menyertakan unsur pada domain surga atau neraka yang menjadi garapan ilmu keagamaan.

Kemudian, dari segi epistemologi aspek normatif yang membahas tentang hakikat ilmu pengetahuan adalah mencapai kesahihan perolehan pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah yaitu ilmu pengetahuan tersebut bersifat prosedural dan teknik dalam memperoleh data empiris. Yang dimaksud dengan epistemologi, yaitu membahasnya secara mendalam proses atau prosedur dalam memperoleh ilmu pengetahuan atau suatu ilmu pengetahuan yang di peroleh melalui proses tertentu yang dinamakan metode keilmuan. Diantara metode keilmuan adalah bersifat terbuka, objektif, logis dan menjunjung kebenaran data di atas segala-galanya. Pada aspek epistemologi inilah letak kegiatan dari penelitian ilmiah (*scientific research*).

Karena melibatkan langkah-langkah pokok dan urutannya, termasuk proses logika berpikir yang berlangsung di dalamnya dan sarana berfikir ilmiah yang digunakannya. Sedangkan dari segi terakhir aksiologi, sebagaimana telah disinggung di atas terkait dengan kaidah moral pengembangan penggunaan ilmu yang diperoleh. Yang kesemuanya meliputi tentang pemanfaatan ilmu pengetahuan, kaitan penggunaan ilmu pengetahuan yang disesuaikan dengan kaidah-kaidah moral dan penentuan objeknya. Sampai dengan antara pelaksanaan metode ilmiahnya yang masih harus mempertimbangkan aspek norma-norma moral. Aksiologi, dalam hal ini, dikatakan sebagai manfaat (pragmatis) yang diperoleh dari pengetahuan bagi kehidupan manusia, atau bagaimana keterkaitan antara pengetahuan dengan kaidah-kaidah moral dalam kehidupan masyarakat. Jadi, aspek aksiologi lebih menyangkut dimensi fungsional suatu ilmu pengetahuan bagi kehidupan.

Terlepas dari aspek-aspek epistemologi; ontologi; dan aksiologi, Menurut Jujun Suriasumatri (2007) bahwa dilihat dari hakikat usaha mencari kebenaran, sebenarnya pengetahuan dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu: pertama pengetahuan yang didapat dari hasil usaha jenis aktif manusia, baik melalui penalaran ilmiah maupun melalui perasaan intuisi; dan kedua pengetahuan yang didapat bukan dari usaha manusia, yaitu dari Wahyu Tuhan melalui para malaikat dan Nabi. Hakikat penalaran ilmiah adalah merupakan gabungan dari penalaran deduktif dan penalaran induktif. Penalaran atau logika deduktif berorientasi pada pandangan positivisme atau rasionalisme, sedangkan penalaran atau logika induktif berorientasi pada pandangan konstruktivisme atau empirisme atau interpretasi. Penalaran deduktif adalah berpijak dari teori/dalil ke contoh, sedangkan penalaran induktif adalah berpijak dari contoh ke teori atau dalil. Logika deduktif merupakan pola berpikir untuk mencari ilmu dari prinsip, teori ke contoh atau dari dalil ke contoh, sedangkan logika induktif adalah pola berpikir untuk mencari ilmu dari contoh ke dalil atau fakta-fakta khusus ke prinsip umum.

Dari aspek epistemologi; ontologi dan aksiologi, dapat penulis uraikan bahwa klasifikasi atau penggolongan ilmu pengetahuan mengalami perkembangan atau perubahan sesuai dengan semangat zaman. (Rizal Munir, 2001) terdapat banyak pandangan yang terkait dengan klasifikasi ilmu pengetahuan yang dapat kita temukan. Pada buku ini, penulis akan mengklasifikasikan ilmu pengetahuan menurut subyek dan obyek.

C. Perkembangan Sejarah Sosiologi

Dengan melihat perbandingan munculnya ilmu-ilmu lain (seperti filsafat, ekonomi, hukum, dan lain-lain) maka sosiologi dapat dikatakan sebagai ilmu yang masih muda. Aguste Comte (1798-1853) merupakan orang pertama yang menggunakan istilah sosiologi yang secara tegas membedakan cakupan dan isi sosiologi dengan cakupan dan obyek ilmu-ilmu yang lain. Dilihat dari sudut pandang etimologi, kata sosiologi berasal dari kata Latin *socius* yang berarti kawan atau teman, dan kata Yunani

logos yang berarti pengetahuan. Dengan demikian sosiologi berarti pengetahuan tentang pertemanan atau perkawanan. Secara lebih luas maka sosiologi berarti pengetahuan tentang hidup bermasyarakat. Yang lebih penting adalah bahwa kata sosial mengandung pemahaman adanya sifat berjiwa pertemanan, terbuka untuk orang lain dan tidak bersifat individual atau egoistik atau tertutup terhadap orang lain.

Walaupun sosiologi merupakan ilmu yang masih muda namun secara tidak langsung, manusia sudah sejak lahir telah menggeluti sosiologi terutama lewat pergaulan dengan kelompok-kelompok anggota keluarga intinya dalam (terutama ibu), kelompok manusia disekitar keluarganya sampai kelompok pergaulan internasional. Permasalahannya apakah sosiologi? dari sini, mulailah orang mencoba mendefinisikan sosiologi. Roucek dan Warren (1962) menyebutkan bahwa sosiologi adalah ilmu yang mempelajari hubungan antar manusia dalam kelompok-kelompok. Van Doorn dan Lammers (1964) menyebutkan bahwa sosiologi adalah ilmu pengetahuan tentang struktur-struktur dan proses-proses kemasyarakatan yang bersifat stabil. Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi (1974) mendefinisikan bahwa sosiologi adalah ilmu yang mempelajari struktur sosial dan proses-proses sosial, termasuk perubahan sosial. Hendropuspito (1989) mendefinisikan sosiologi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari masyarakat secara empiris untuk mencapai hukum secara kemasyarakatan yang seluas mungkin. Banyak definisi (seperti terdapat di atas) yang satu sama lain saling melengkapi dan mempunyai persamaan pandangan. Persoalannya adalah apakah hakekat terdapat dari sosiologi? dan untuk apakah sosiologi itu kita pelajari?

Pada jaman keemasan Filsafat Yunani, pada masa ini sosiologi dipandang sebagai bagian tentang kehidupan bersama secara filsafati. Pada masa itu Plato (429-347 SM) seorang filsuf terkenal dari Yunani, tentang pencariannya dari makna negara dia berhasil merumuskan teori organisasi tentang masyarakat yang mencakup kehidupan sosial dan ekonomi. Plato menganggap bahwa institusi-institusi dalam masyarakat saling bergantung secara fungsional. Kalau ada satu institusi yang tidak berjalan maka secara keseluruhan kehidupan masyarakat akan terganggu.

Seperti halnya Plato maka Aristoteles (384-322 SM) juga menganggap bahwa masyarakat suatu organisme hidup (seperti pandangan biologiwan) dengan basis kehidupannya adalah moral (yang baik). Pada masa ini kaum agamawan yang berkuasa sehingga kehidupan sosial lebih diwarnai oleh keputusan-keputusan kaum agamawan yang berkuasa. Pada zaman Renaissance (1200-1600), Machiavelii adalah orang pertama yang memisahkan antara politik dan moral sehingga terjadi suatu pendekatan yang mekanis terhadap masyarakat. Disini muncul ajaran bahwa teori-teori politik dan sosial memusatkan perhatian pada mekanisme pemerintahan. Sejak masa ini maka pengaruh kaum agamawan mulai memperoleh tantangan.

Pada Abad pencerahan (abad ke 16 dan 17), pada masa ini muncul Thomas Hobbes (1588-1679) yang mengarang buku yang dikenal sebagai *The Leviathan*. Inti ajarannya diilhami oleh hukum alam, fisika dan matematika. Pada masa ini pengaruh keagamaan mulai ditinggalkan dan digantikan oleh pandangan-pandangan yang bersifat hukum sebagai kodrat keduniawiannya. Berdasarkan pandangan kelompok inilah kemudian muncul sebuah kesepakatan antar manusia (kelompok) yang dikenal sebagai kontrak sosial. Pada mulanya interaksi antar manusia berada dalam kondisi *chaos* karena saling mencurigai dan saling memperebutkan sumber daya alam dan manusia yang ada. Kondisi yang bersifat Kodrati (sesuai dengan hukum alam) ini kemudian dipandang akan selalu menyengsarakan kehidupan manusia. Oleh sebab itu dibuatlah kesepakatan-kesepakatan pengaturan antar kelompok yang dapat saling berterima dan saling menguntungkan yang kemudian dikenal sebagai *kontrak sosial*.

Pada abad ke18, Pada masa ini munculah Jhon Locke (1632-1704) yang dianggap sebagai bapak Hak Asasi Manusia (HAM). Dia berpandangan bahwa pada dasarnya setiap manusia mempunyai hak-hak dasar yang sangat pribadi yang tidak dapat dirampas oleh siapapun termasuk oleh negara (seperti hak hidup, hak berpikir dan berbicara, ber-serikat, berbicara, dan lain-lain). Tokoh lain yang muncul adalah J.J. Rousseau (1712-1778) yang masih berpegang pada ide kontrak sosialnya Hobbes. Dia berpandangan bahwa kontrak antar pemerintah (negara?)

dengan yang diperintah (rakyat?) menyebabkan kemunculan suatu kolektivitas yang mempunyai keinginan-keinginan tersendiri yang kemudian menjadi keinginan umum. Keinginan umum inilah yang harusnya menjadi dasar penyusunan kontrak sosial antar negara dengan rakyat.

Pada abad ke-19, Abad ke-19 dapat dianggap sebagai abad mulai berkembangnya sosiologi, terutama sesudah Auguste Comte (1798-1853) memperkenalkan istilah sosiologi, sebagai usaha untuk menjawab adanya perkembangan interaksi sosial dalam masa industrialisasi. Pada masa ini sosiologi dianggap dapat mandiri. Kondisi yang baru dalam taraf mulai mandiri ini disebabkan walaupun sosiologi sudah dapat menunjukkan adanya obyek yang dijadikan fokus pembahasan (interaksi manusia), namun di dalam pengembangan ilmunya masih menggunakan metode-metode ilmu-ilmu yang lain (ilmu ekonomi misalnya).

D. Objek Kajian dalam Sosiologi

Kajian tentang objek sosiologi adalah masyarakat, para ahli telah membuat sebuah kesepakatan mengapa masyarakat sebagai objek kajian utama dari sosiologi? sebab fokus utama dalam masyarakat kita akan menemukan;

1. Kolektivisme: meremehkan, menumpas kepentingan individu demi kepentingan dan keinginan kolektif masyarakat, bangsa, atau negara;
2. Holisme: penekanan terhadap kesatuan kehidupan manusia dengan tidak mengakui perbedaannya;
3. Organisme: masyarakat berevolusi atau berkembang berdasar suatu prinsip intrinsik di dalam dirinya seperti halnya makhluk hidup;
4. Individualisme: mendahulukan kepentingan dan selera individu, dan mengemudikan kepentingan hidup bersama. Atomistik: ajaran bahwa relasi-relasi antara individu bersifat lahiriah saja bagaikan antara atom-atom yang membentuk molekul. *Everyone is an island*;
5. Mekanisme; ajaran bahwa tidak ada perubahan atau evolusi dari dalam; Perilaku sosial tidak lebih dari reaksi spontan otomatis, yang disebabkan oleh struktur biologis individu. Sebab itulah, sosiologi mengkaji objek utamanya yakni masyarakat.

Fokus utama tersebut, merupakan dasar-dasar mengapa masyarakat, dijadikan sebagai objek kajian dalam sosiologi. Dalam kajian ini, penulis mengutip pendapat Emile Durkheim, yang menjelaskan, bahwa objek studi sosiologi adalah fakta atau realitas sosial. Fakta sosial menurut Durkheim, harus dipelajari melalui kegiatan penelitian. Salah satu realitas sosial adalah kelompok-kelompok dalam masyarakat. Sosiologi mempelajari masyarakat dan perilaku sosial manusia dengan meneliti kelompok yang dibangunnya. Kelompok yang dibangun manusia dalam kehidupannya di masyarakat dapat berupa keluarga, suku bangsa, komunitas dan pemerintahan, organisasi sosial, organisasi keagamaan, organisasi politik, organisasi bisnis dan lain-lain (George Ritzer, 2004).

Max Weber (George Ritzer, 2004) berpendapat bahwa pokok pembicaraan sosiologi adalah tindakan sosial. Tidak semua tindakan manusia tergolong tindakan sosial. Tindakan yang berorientasi kepada orang lainlah yang termasuk tindakan sosial ini berarti, bahwa sosiologi mempelajari interaksi manusia yang satu dengan manusia yang lain (interaksi sosial). Interaksi sosial dapat menyebabkan terjadinya perubahan sosial, sehingga sosiologi juga merupakan kajian mengenai proses perubahan yang terjadi dalam masyarakat. Max Weber berpendirian bahwa hanya individu-individulah yang nyata secara obyektif, dan masyarakat hanyalah satu nama yang menunjuk pada sekumpulan individu-individu. Max Weber juga menambahkan, bahwa seorang individu dan tindakannya sebagai satuan dasar. Pemikiran seperti ini juga tampak jelas pada konsep yang diajukan Karl Marx (1818-1883) yang menganggap bahwa sejarah manusia adalah sejarah perjuangan kelas. Karl Marx berpendapat bahwa akibat kapitalisme, masyarakat Eropa terbagi ke dalam dua kelas, yaitu kelas kaum proletar yang miskin dan tertindas. Oleh karena itu, Marx menyarankan agar kaum proletar berjuang untuk mendobrak ketidakadilan melalui sebuah perjuangan untuk menciptakan masyarakat tanpa kelas.

Konsep yang senada dengan Weber dan Karl Marx diajukan oleh Joseph S. Rouck dan Roland R. Warren yang mengatakan, bahwa sosiologi mempelajari hubungan antara manusia dengan kelompok-kelompok. Demikian juga dengan William F. Ogburn dan Meyer F. Nimkoff yang

mengatakan, bahwa sosiologi adalah penelitian secara ilmiah terhadap interaksi sosial dan organisasi sosial. Berdasarkan pandangan-pandangan diatas, Alex Inkeles (1965) memadukan berbagai konsep tersebut, sehingga sosiologi dikatakan sebagai ilmu yang mempelajari hubungan sosial, institusi sosial, dan masyarakat. Semakin lama objek yang dikaji sosiologi semakin meluas, sehingga Pitirim A. Sorokin menyatakan bahwa sosiologi mempelajari tiga aspek sebagai berikut:

1. Sosiologi mempelajari hubungan dan pengaruh timbal balik antara aneka macam gejala-gejala sosial, misalnya antara gejala ekonomi dengan agama, keluarga dengan moral, hukum dengan ekonomi, gerak masyarakat dengan politik, dan sebagainya;
2. Sosiologi mempelajari hubungan dan pengaruh timbal balik antara gejala sosial dan gejala nonsosial, misalnya gejala geografis, gejala biologis, dan sebagainya;
3. Sosiologi juga mempelajari ciri-ciri umum dari semua jenis gejala sosial.

Berbeda dengan Joseph S. Roucek dan Roland R. Warren; William F. Ogburn Meyer F. Nimkoff; Alex Inkeles; Pitirim A. Sorokin, Dua orang sosiolog Indonesia, yaitu Selo Soemardjan dan Soelaiman Soemardi menjelaskan lebih rinci kemasyarakatan, sosiologi mempelajari struktur dan proses sosial, termasuk perubahan sosial. Struktur sosial adalah keseluruhan jalinan antara unsur-unsur pokok dalam masyarakat. Unsur-unsur pokok dalam masyarakat itu meliputi kaidah-kaidah (norma-norma kemasyarakatan), lembaga-lembaga, kelompok-kelompok, serta lapisan-lapisan dalam masyarakat. Proses sosial adalah pengaruh timbal balik antara berbagai segi kehidupan bersama, misalnya pengaruh timbal balik antara kehidupan ekonomi dengan kehidupan politik, antara hukum dan kehidupan beragama, antara aspek kehidupan beragama dengan masalah ekonomi, dan sebagainya. Sebuah konsep pemikiran lain yang lebih rinci, sehingga membuat kajian sosiologi bersinggungan dengan berbagai cabang ilmu lain disampaikan oleh Hassan Sahlily, yang menjelaskan bahwa sosiologi merupakan ilmu yang mempelajari hidup bersama dalam masyarakat dan menyelidiki ikatan-ikatan antara manusia yang menguasai kehidupan;

dengan mencoba mengerti sifat dan maksud hidup bersama, cara terbentuk dan tumbuh serta berubahnya perserikatan-perserikatan, kepercayaan dan keyakinan. Untuk menganalisis cara hidup dan bergaul manusia perlu dipelajari sifat-sifat biologi manusia, seperti perasaan lapar, sakit, takut, dan kebutuhan seks yang lebih banyak diatur oleh peradaban masyarakat.

Komponen sosiologi dalam masyarakat, terdiri dari populasi yakni warga-warga suatu masyarakat yang dilihat dari setiap sudut pandang kolektif. Kebudayaan: Hasil karya, cipta dan rasa dari kehidupan bersama yang mencakup: sistem lambang-lambang informasi hasil kebudayaan material. Organisasi sosial: yakni jaringan sosial antara warga-warga masyarakat yang bersangkutan, yang antara lain mencakup: warga masyarakat secara individual, peranan-peranan, kelompok-kelompok sosial kelas-kelas sosial serta lembaga-lembaga sosial dan sistemnya.

Objek sosiologi adalah masyarakat yang dilihat dari sudut hubungan antar manusia, dan proses yang timbul dari hubungan manusia didalam masyarakat. Masyarakat adalah suatu sistem dari kebiasaan dan tata cara, dari wewenang dan kerja sama antara berbagai kelompok dan penggolongan, dan pengawasan tingkah laku serta kebebasan manusia. Keseluruhan yang selalu berubah ini kita namakan masyarakat. Masyarakat merupakan jalinan hubungan sosial dan masyarakat selalu berubah. Menurut Ralph Linton, Masyarakat merupakan setiap kelompok manusia yang telah hidup dan bekerja sama cukup lama sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas. Selo Soemardjan, mengatakan bahwa Masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama, yang menghasilkan kebudayaan dari definisi di atas, unsur-unsur masyarakat sebagai berikut:

1. Manusia yang hidup bersama. Didalam ilmu sosial tidak ada ukuran mutlak ataupun angka pasti untuk menentukan berapa jumlah manusia yang harus ada. Akan tetapi secara teoretis angka minimumnya adalah dua orang yang hidup bersama.
2. Bercampur untuk waktu yang cukup lama. Kumpulan dari manusia tidaklah sama dengan kumpulan benda-benda mati seperti umpama-

nya kursi, meja dan sebagainya. Oleh karena dengan berkumpulnya manusia akan timbul manusia manusia baru. Manusia itu juga dapat bercakap cakap, merasa dan mengerti; mereka juga mempunyai keinginan untuk menyampaikan kesan-kesan atau perasaan-perasaannya. Sebagai akibat hidup bersama itu, timbulah sistem komunikasi dan timbulah peraturan-peraturan yang mengatur hubungan antara manusia dalam kelompok tersebut.

3. Mereka sadar bahwa mereka merupakan satu kesatuan. Mereka merupakan suatu sistem hidup bersama. Sistem kehidupan bersama menimbulkan kebudayaan oleh karena setiap anggota kelompok merasa dirinya terikat satu dengan lainnya.

Mengapa manusia membentuk masyarakat, hal ini didorong oleh keinginan untuk menjadi satu dengan sesama nya atau manusia lain disekelilingnya (misalnya, masyarakat); serta untuk menjadi satu dengan lingkungan sekelilingnya untuk dapat menyesuaikan diri dengan kedua lingkungan di atas, manusia Mempergunakan pikiran, perasaan dan kehendaknya.

Unsur yang harus tetap ada dalam suatu masyarakat agar terus hidup dan bertahan lama adalah: Adanya populasi dan populasi *replacement*; Informasi; Energi; Materi; Sistem komunikasi; Sistem produksi; Sistem distribusi; Sistem organisasi sosial; Sistem pengendalian sosial; Perlindungan masyarakat terhadap ancaman-ancaman yang tertuju pada jiwa dan harta bendanya. Manusia mempunyai Naluri untuk hidup berkawan Naluri (*Gregoriousness*).

Komponen-komponan dasar suatu masyarakat, terdiri dari populasi; yakni warga-warga suatu masyarakat yang dilihat dari setiap sudut pandangan kolektif. Secara sosiologis, maka aspek-aspek sosiologisnya yang diperlu dipertimbangkan adalah aspek-aspek genetik yang konstan; variabel-variabel genetik; variabel-variabel demografis kebudayaan hasil karya, cipta dan rasa dari kehidupan bersama yang mencakup: sistem lambang-lambang; informasi; hasil-hasil kebudayaan material organisasi sosial yakni jaringan hubungan antara warga-warga masyarakat yang bersangkutan, yang antara lain mencakup. Warga masyarakat secara

individual; peranan-peranan; kelompok-kelompok sosial kelas-kelas sosial.

Dari uraian tersebut di atas, dapat saya simpulkan bahwa komponen sosiologi didalam masyarakat adalah:

1. Sosiologi adalah ilmu sosial bukan IPA/kerohanian;
2. Sosiologi bukan merupakan disiplin ilmu yang normative akan tetapi suatu disiplin yang kategoris artinya sosiologi membatasi diri pada apa yang terjadi dewasa ini dan bukan mengenai apa yang telah terjadi/seharusnya terjadi.
3. Sosiologi merupakan ilmu pengetahuan yang murni (*pure science*) bukan ilmu pengetahuan terapan/terpakai (*applied science*)
4. Sosiologi merupakan ilmu pengetahuan yang abstrak bukan ilmu pengetahuan yang kongkrit.
5. Sosiologi bertujuan untuk menghasilkan pengertian-pengertian dan pola-pola umum.
6. Sosiologi merupakan ilmu pengetahuan yang empiris dan rasional.
7. Sosiologi merupakan ilmu pengetahuan umum bukan merupakan ilmu pengetahuan yang khusus.

Harry M. Johnsons (1967) mengemukakan ciri-ciri sosiologi sebagai Ilmu pengetahuan. Adapun ciri-ciri utamanya adalah sebagai berikut:

1. Sosiologi bersifat empiris, Artinya sosiologi didasarkan pada observasi terhadap kenyataan dan akal sehat serta hasilnya tidak bersifat spekulatif.
2. Sosiologi bersifat teoritis. Artinya sosiologi selalu berusaha menyusun abstraksi dari hasil-hasil observasi.
3. Sosiologi bersifat kumulatif. Artinya bahwa teori sosiologi dibentuk atas dasar teori-teori yang sudah ada dalam arti memperbaiki, memperluas atau memperhalus teori-teori lama.
4. Sosiologi bersifat non-etis. Artinya permasalahan yang dipersoalkan bukanlah buruk atau baiknya fakta tertentu, akan tetapi tujuannya adalah untuk menjelaskan fakta tersebut secara analitis.

Kalau kita mempelajari kehidupan seseorang atau sekelompok orang tertentu sejak dia masih muda sampai dia (mereka) dewasa maka kita yang lebih banyak memahami aspek-aspek kemasyarakatan yang berkaitan dengan sejarah. Kalau kita mempelajari pola tingkah laku seseorang atau sekelompok (mengapa mereka mempunyai sifat dan tindakan yang faktanya seperti kita amati) maka kita sedang merambah aspek kemasyarakatan yang lebih berkaitan dengan psikologi. Kalau kita mempelajari (mengamati atau meneliti) seseorang atau sekelompok orang dalam berhubungan dengan orang lain atau kelompok lain (dalam istilah sosiologi dikenal sebagai interaksi), maka kita memang sedang merambah aspek kemasyarakatan yang lebih berkaitan dengan ranah sosiologi.

Di ranah sosiologi inilah kita dapat mempelajari teori-teori sosiologi; tindakan dan interaksi sosial; keteraturan dan konflik sosial; stratifikasi dan diferensiasi sosial; mobilitas sosial; pranata dan kelembagaan sosial; perubahan sosial; masyarakat tradisional dan modern; modernisasi dan globalisasi; masalah-masalah sosial; dan metodologi penelitian sosial (semuanya akan dibahas tersendiri); analisa sosial; dan penerapan sosial (sosiologi pembangunan).

Berdasarkan definisi dan pemahaman tentang sosiologi maka pada dasarnya dapat dikemukakan ciri-ciri dan sifat-sifat dari sosiologi yang merupakan hakekat dari sosiologi itu sendiri (Soerjono Soekanto, 2000).

1. Sosiologi adalah ilmu sosial yang berisi tentang gejala-gejala kemasyarakatan.
2. Sosiologi adalah ilmu yang bersifat normatif.
3. Sosiologi adalah ilmu pengetahuan murni dan bukan ilmu terapan (walaupun sosiologi dapat digunakan untuk pembangunan masyarakat).
4. Sosiologi adalah ilmu yang merupakan abstraksi dan hal-hal kongkrit (empirik).
5. Sosiologi melihat (mencari) pola-pola yang bersifat umum dari gejala sosial yang ada di masyarakat.
6. Sosiologi merupakan ilmu yang didasarkan kepada fakta empirik dan bersifat rational.

Dengan demikian maka hakekat sosiologi adalah suatu pencarian gejala umum yang terpola (umum) yang ada dalam kenyataan di lapangan (empirik) dari setiap interaksi antar manusia atau antar kelompok manusia. Hakekat inilah yang membedakan dengan sosiografi yang di dalam pencarian gejalanya bukanlah gejala yang umum (yang tidak mempunyai pola umum) dan tidak berusaha untuk membuat suatu generalisasi. Sebagai contoh dari sosiografi adalah gambaran suatu interaksi sosial dan suatu suku tertentu (asing) yang tidak sama dengan gejala pada suku-suku yang lain. Persamaan dari sosiologi dan sosiografi adalah di dalam keterikatannya dengan tradisi dan waktu. Tradisi atau adat istiadat (termasuk pranata) yang berlaku di mana interaksi itu terjadi akan mewarnai gejala interaksi sosial yang ada sesuai dengan perkembangan waktu yang di jalannya.

Solo Soemardjan & Soelaeman Soemardi mengungkapkan mengenai beberapa sifat hakikat sosiologi sebagai berikut;

1. Sosiologi adalah suatu ilmu social dan bukan merupakan ilmu pengetahuan alam ataupun ilmu pengetahuan kerohanian.
2. Sosiologi bukan merupakan disiplin yang normatif, akan tetapi merupakan disiplin yang kategoris. Artinya sosiologi membatasi pada apa yang terjadi dewasa ini, bukan mengenai apa yang terjadi dan seharusnya terjadi.
3. Sosiologi merupakan ilmu pengetahuan murni (*pure science*) dan bukan merupakan ilmu pengetahuan terapan yang terpakai (*applied science*).
4. Sosiologi adalah ilmu pengetahuan yang abstrak dan bukan merupakan ilmu pengetahuan yang konkret. Artinya, bahwa yang diperhatikan adalah bentuk dan pola-pola peristiwa dalam masyarakat tetapi bukan wujudnya yang konkret.
5. Sosiologi bertujuan untuk menghasilkan pengertian-pengertian dan pola-pola umum. Artinya, sosiologi meneliti dan mencari apa yang menjadi prinsip atau hukum-hukum umum dari interaksi antar umat manusia dan juga perihal sifat, hakikat, bentuk, isi dan struktur masyarakat manusia.

6. Sosiologi merupakan ilmu pengetahuan yang empiris dan rasional. Artinya, bahwa hal ini berkaitan dengan soal metode sosiologi yang digunakan.
7. Sosiologi merupakan ilmu pengetahuan yang umum dan bukan merupakan ilmu pengetahuan yang khusus. Artinya, sosiologi mempelajari gejala umum yang ada dalam setiap interaksi antar manusia.

E. Hubungan Antara Sosiologi, Pembangunan dan Kepariwisata

Mencermati kegiatan parawisata yang ada selama ini baik-baik pariwisata lokal maupun internasional harus dapat dimanfaatkan untuk pembangunan (Gusti Ngura Bagus, 1991). Pembangunan kepariwisataan sebagai bagian dari pembangunan nasional mempunyai tujuan antara lain memperluas kesempatan berusaha dan lapangan kerja. Sejalan dengan tahap-tahap pembangunan nasional, pelaksanaan pembangunan kepariwisataan nasional dilaksanakan secara menyeluruh, berimbang, bertahap, dan berkeseimbangan. Nampak jelas bahwa pembangunan di bidang keparawisataan mempunyai tujuan akhir untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Harry Waluyo, 1993).

Mengingat pentingnya pembangunan di bidang kepariwisataan tersebut, maka dalam penyelenggaraannya harus berdasarkan asas-asas manfaat, usaha bersama, kekeluargaan, adil, merata, peri kehidupan dalam keseimbangan dan kepercayaan pada diri sendiri (Gamal Suwantoro, 1997). Pariwisata termasuk dalam program pembangunan nasional di Indonesia sebagai salah satu sektor pembangunan ekonomi. (Selo Soemardjan, 1974), Oleh karena itu, pembangunan pariwisata di Indonesia perlu ditingkatkan. Melalui pariwisata pemerintah berusaha untuk menambah penghasilan atau devisa negara, terutama dengan masuknya wisatawan mancanegara.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis bahwa tercermin parawisata merupakan industri gaya baru yang mampu memacu pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan

dalam mengaktifkan sektor lain di dalam negara penerima wisatawan. Di samping itu pariwisata sebagai suatu sektor yang kompleks, mampu menghidupkan sektor-sektor lain meliputi industri-industri seperti industri kerajinan tangan, industri cinderamata, penginapan, dan transportasi. (Salah Wahab, 1976). Disebutkan pula bahwa pariwisata sebagai industri jasa yang digolongkan sebagai industri ke tiga cukup berperan penting dalam menetapkan kebijaksanaan mengenai kesempatan kerja, dengan alasan semakin mendesaknya tuntutan akan kesempatan kerja yang tetap sehubungan dengan selalu meningkatnya wisata pada masa yang akan datang (James J. Spilanne, 1993).

Sejak tahun 1978 pemerintah terus berusaha untuk mengembangkan kepariwisataan. Hal ini dituangkan dalam TAP MPR No IV/MPR/1978, yaitu bahwa pariwisata perlu ditingkatkan dan diperluas untuk meningkatkan penerimaan devisa, memperluas lapangan kerja, dan memperkenalkan kebudayaan. Pembinaan serta pengembangan pariwisata dilakukan dengan tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan dan kepribadian nasional. Untuk itu perlu diambil langkah-langkah dan pengaturan-pengaturan yang lebih terarah berdasarkan kebijaksanaan yang terpadu, antara lain bidang promosi, penyediaan fasilitas serta mutu, dan kelancaran pelayanan.

Pengembangan pariwisata yang telah dilakukan baik oleh pemerintah maupun swasta telah meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan dari satu daerah ke daerah lain. Kunjungan wisatawan akan merangsang interaksi sosial dengan penduduk di sekitar tempat wisata dan merangsang tanggapan masyarakat sekitarnya sesuai dengan kemampuan mereka dalam beradaptasi baik di bidang perekonomian, kemasyarakatan maupun kebudayaan mereka. Pariwisata dengan segala aspek kehidupan yang terkait di dalamnya akan menuntut konsekuensi dari terjadinya pertemuan dua budaya atau lebih yang berbeda, yaitu budaya para wisatawan dengan budaya masyarakat sekitar obyek wisata. Pada hakekatnya ada empat bidang pokok yang dipengaruhi oleh usaha pengembangan pariwisata, yaitu ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan hidup. Dampak positif yang menguntungkan dalam bidang ekonomi yaitu bahwa kegiatan pari-

wisata mendatangkan pendapatan devisa negara dan terciptanya kesempatan kerja, serta adanya kemungkinan bagi masyarakat di daerah tujuan wisata untuk meningkatkan pendapatan dan standar hidup mereka. Dampak positif yang lain adalah perkembangan atau kemajuan kebudayaan, terutama pada unsur budaya teknologi dan sistem pengetahuan yang maju. Dampak negatif dari pengembangan pariwisata tampak menonjol pada bidang sosial, yaitu pada gaya hidup masyarakat di daerah tujuan wisata. Gaya hidup ini meliputi perubahan sikap, tingkah laku, dan perilaku karena kontak langsung dengan para wisatawan yang berasal dari budaya berbeda (Nyoman S. Pendit, 1990).

Pembangunan kepariwisataan harus dilakukan secara menyeluruh dan terpadu dengan sektor-sektor pembangunan lainnya melalui usaha-usaha kepariwisataan yang kecil, menengah dan besar. Peranan pemerintah lebih diarahkan untuk mendorong peranan swasta dalam usaha menciptakan produk wisata.

Di lihat dari kacamata sosiologis, bahwa dampak Pariwisata terhadap masyarakat sekitarnya, menggambarkan pengaruh pariwisata terhadap masyarakat setempat, khususnya dalam bidang ekonomi yaitu munculnya pedagang dan jasa angkutan umum. Penduduk setempat dengan kebudayaannya memiliki sistem ekonomi yang pada umumnya merupakan sistem ekonomi tradisional dimana mereka mempunyai pola produksi, distribusi, dan konsumsi yang bersumber pada pengetahuan yang telah dianut dari masa ke masa. Oleh karna itu dampak program pariwisata terdapat daerah di sekitarnya, khususnya mengenai ekonomi masyarakat, terutama sistem ekonomi tradisional berdasarkan mata pencaharian utama dan terbanyak di dukung oleh masyarakat setempat (Hari Ridiawan dan I Made Purna, Dampak Pariwisata Terhadap Masyarakat Sekitarnya (Direktorat Jendral Kebudayaan Tahun 1991).

Dalam konteks perekonomian, yang ditinjau secara sosiologis (James J. Spillane, Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya, 1993) bahwa pariwisata dapat digolongkan sebagai industri ketiga (*tertiary industry*) yang cukup penting peranannya dalam ikut menetapkan kebijaksanaan yang berkaitan dengan penyediaan kesempatan kerja. Aspek lain

yang dianggap penting dalam kegiatan ekonomi ialah pembangunan daerah melalui kegiatan pariwisata.

Dalam perspektif lainnya, jika berbicara tentang pembangunan dan kepariwisataan, maka akan identik dengan perkembangan kepariwisataan, maka akan identik dengan perkembangan kepariwisataan oleh G. Kartasapoetra diidentikkan dengan istilah pembangunan, yaitu sebagai urutan dari berbagai perubahan yang sistematis (G. Kartasapoetra, kamus sosiologi dan kependudukan, 1992: 78). Menurut Anhie MM Hoogvelt, istilah perkembangan mencakup pertumbuhan tertentu dalam gambaran pembaharuan (Anhie MM Hoogvelt, Sosiologi Masyarakat Sedang Berkembang, 1983:3). Perkembangan seringkali membawa perubahan, demikian pula perubahan yang mengakibatkan perkembangan. Kadangkala yang terjadi adalah berkembang dan berubah. (M. Suprihadi Sastoupano dan Suhartono Siswopangripto, Desa 1984:64).

Terlepas dari hal itu, karena di dalam bab ini mempunyai konsep tentang sosiologi dan pembangunan kepariwisataan, maka berkembangnya pariwisata dengan sendirinya memerlukan suatu kreativitas yang ber-sumber pada kualitas manusia, yaitu barang dan jasa yang cukup berkualitas dan kompetitif. Disini ada lima faktor yang menentukan, yaitu akomodasi, atraksi, konsumsi, informasi, dan transportasi. (I Gusti Ngurah Bagus, Dari Obyek ke Subyek: Memanfaatkan Peluang Pariwisata Sebagai Industri Jasa Dalam Pembangunan. Dalam Ilmu-ilmu Humaniora, 1991: 410-411).

Akomodasi merupakan tempat tinggal sementara di tempat tinggal sementara di tempat atau di daerah tujuan yang akan dikunjungi, yaitu penginapan, hotel, losmen, dan lain-lain. Atraksi yang dimaksud disini adalah atraksi wisata, yaitu sesuatu yang telah dipersiapkan terlebih dahulu untuk dilihat dan dinikmati oleh wisatawan, seperti tari-tarian, nyanyi-nyanyian, kesenian rakyat tradisional, upacara adat, dan sebagainya. Sementara itu, konsumsi adalah sarana yang dapat memberi pelayanan makan dan minumm sesuai selera masing-masing wisatawan. Informasi adalah sarana untuk memberi pelayanan informasi tentang beberapa hal yang ingin diketahui wisatawan. Adapun yang dimaksud transportasi

yaitu sarana yang akan membawa wisatawan dari dan ke daerah tujuan wisata yang ingin diketahui.

Kajian diatas dapat penulis rangkaiakan dalam konsep tentang sosiologi pariwisata, yakni sebuah kajian tentang kepariwisataan dengan menggunakan prespektif sosiologi, yaitu penerapan prinsip, konsep, hukum, paradigma, dan metode sosiologis didalam mengkaji masyarakat dan fenomena pariwisata, untuk selanjutnya berusaha mengembangkan abstraksi-abstraksi yang mengarah pada pengembangan-pengembangan teori. Pendekatan sosiologis di dalam mempelajari pariwisata dapat dilakukan dengan menggunakan teori atau prespektif sosiologi. Prespektif atau teori sosiologi yang digunakan dalam menganalisis penelitian ini berdasar pada teori fungsional-struktural. Teori fungsional struktural merupakan teori sosiologi yang berdasar pada unsur-unsur sosiologi dan budaya yang saling berhubungan secara fungsional dan menekankan gejala sosial budaya pada struktur yang mencakup perangkat atau aturan-aturan. Teori fungsional struktural mengamati bentuk struktur dan fungsi dalam suatu masyarakat sehingga dapat melihat bagaimana suatu masyarakat itu berubah atau mapan melalui setiap unurnya yang saling berkaitan, dan dinamika untuk memenuhi kebutuhan individu.

Teori fungsional-struktural melakukan analisis dengan melihat masyarakat sebagai suatu sistem dari interaksi antar manusia dan sebagai institusinya, dan segala sesuatunya disepakati secara konsensus, termasuk dalam hal nilai dan norma. Teori fungsional-struktural menekankan pada harmoni, konsistensi, dan keseimbangan dalam masyarakat. Menurut Nash, teori fungsional-struktural ini dapat digunakan untuk mengetahui kondisi masyrakat modern. Pendekatan sosiologis digunakan untuk mengetahui kondisi masyarakat dan memahami kelompok sosial khususnya berbagai macam gejala kehidupan masyarakat (Soerjono Soekanto, Sosiologi Suatu Pengantar). Pariwisata adalah fenomena kemasyarakatan yang menyangkut manusia, masyarakat, kelompok, organisasi, kebudayaan, dan sebagainya yang merupakan objek kajian sosiologi.

Ilmu ekonomi digunakan untuk menganalisis permasalahan ekonomi yang terkait dengan kegiatan ekonomi dalam peranannya untuk

meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Fenomena pendekatan ekonomi dibangun berdasarkan kesamaan prinsip-prinsip berfikir untuk menguraikan suatu gejala dengan masalah sosial ekonomi. Faktor-faktor ekonomi, non ekonomi sosial budaya sangat mempengaruhi perilaku ekonomi masyarakat (Sjafri Sairin, Pengantar Ekonomi Antropologi, 2002).

Hubungan pariwisata dengan aspek ekonomis, pariwisata dapat dikaitkan sebagai industri pariwisata, jika di dalam industri tertentu ada suatu produk tertentu, di dalam industri pariwisata yang disebut produk tertentu tersebut adalah kepariwisataan itu sendiri. Seperti halnya di suatu industri ada konsumen, ada permintaan, ada penawaran, dimana produsen mempunyai tugas untuk menghasilkan suatu produk agar dapat memenuhi tugas untuk menghasilkan suatu produk agar dapat memenuhi adalah wisatawan. Wisatawan mempunyai kebutuhan dan permintaan-permintaan yang harus dipenuhi dan pemenuhan kebutuhan tersebut dengan sarana uang (Ace Partadiredja, Pengantar Ekowisata, 1985).

Pariwisata merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam ekonomi. Secara mikro dijelaskan perkembangan pariwisata meningkatkan pendapatan daerah setempat. Munculnya komunitas pedagang di sekitar lokasi untuk menambah pendapatan dan meningkatkan jumlah pengunjung, karena merupakan salah satu fasilitas yang tersedia dan mudah dijangkau.

Bab 5

Isu Mendasar Sosiologi Pariwisata

A. Isu Utama dari Faktor-Faktor Sosial dan Budaya dalam Pariwisata

Pada hakekatnya pengembangan pariwisata harus dilakukan secara integratif dan komprehensif dengan melibatkan seluruh komponen, potensi-potensi yang dimiliki, serta kebiasaan maupun aturan yang berlaku dalam masyarakat. Hal didasari oleh pemikiran bahwa pariwisata merupakan suatu industri yang sangat kompleks serta memiliki keterkaitan dengan berbagai sektor, seperti sektor transportasi, komunikasi, teknologi, pertanian, maupun terhadap objek wisata itu sendiri.

Dalam mengembangkan pariwisata, banyak keuntungan yang dapat diperoleh, namun semuanya berpulang kepada kesiapan daerah masing-masing untuk terus menerus mengembangkan daerahnya sebagai salah satu daerah pariwisata. Dalam mengembangkan pariwisata ada beberapa kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan pariwisata yaitu; mengencarkan promosi, menyiapkan dan meningkatkan mutu pelayanan dan produk wisata, mengembangkan kawasan-kawasan pariwisata dan produk-produk baru terutama di wilayah timur Indonesia dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bidang pariwisata serta melaksanakan kampanye nasional yang berkesinambungan (Hari karyono, 1997).

Menurut Richie, dalam merumuskan kebijakan pengembangan pariwisata maka perlu diperhatikan beberapa rekomendasi antara lain:

1. Pada dasarnya diharapkan pengembangan pariwisata harus memiliki jalinan hubungan yang harmonis dengan kondisi sosial budaya lingkungan alam, warisan, tujuan, nilai, dan aspirasi masyarakat lokal,
2. Keuntungan ekonomis kegiatan kepariwisataan harus dirasakan oleh seluruh partisipan yang terlibat proses,
3. Pendekatan kreatif untuk meningkatkan masyarakat lokal dalam partisipasi dalam mewujudkan kesamaan serta rasa ingin memiliki bersama semua fasilitas dan pelayanan yang dikembangkan.

Menanggapi hal tersebut, Smith menyatakan bahwa dalam pemberdayaan masyarakat, perlu diperhatikan: 1) “*Habitat*” dimana menjelaskan hubungan timbal balik antara lingkungan alam, manusia, dan kebudayaan sebagai suatu ekosistem yang memberikan jaminan kelangsungan hidup manusia (masyarakat) dalam memelihara, menjaga nilai-nilai budaya, 2) “*Heritage*”, warisan ini menggambarkan kerangka dasar pengetahuan, keterampilan, yang dimengerti dan dikuasai masyarakat setempat yang mendukung kehidupan masyarakat karena ikatan nilai dan kepercayaan masih tetap hidup dan menjadi tuntunan perilaku, sehingga memberi pedoman akan hal atau sesuatu yang benar dan yang salah, 3) “*History*”, adalah unsur daya tarik yang dihasilkan dari atau yang berwujud gambaran kehidupan masyarakat masa lampau dan faktor-faktor penting yang berpengaruh terhadap perjalanan hidup masyarakat setempat, 4) “*Handicraft*”, merupakan daya tarik wisman sebab memberikan hasil karya nyata sebagai ungkapan rasa seni dan teknologi masyarakat setempat.

Pengembangan pariwisata tentunya tidak dapat dipisahkan dengan partisipasi. Masyarakat tidak lagi ditempatkan sebagai objek yang hanya menerima segala apa yang diputuskan dari atas (pemerintah), tetapi masyarakat pada saat ini juga harus dilibatkan dalam kerangka mengembangkan pariwisata. Keterlibatan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata akan menyebabkan ada rasa memiliki dan rasa ingin turut memelihara pariwisata yang berada di daerahnya.

Dalam melihat partisipasi masyarakat maka ada tiga dimensi utama yang harus diperhatikan menurut Cohen dan Uthoff (1979), yaitu: partisipasi apa yang harus dipertimbangkan, siapa yang berpartisipasi, serta, bagaimana partisipasi itu berlangsung. Berdasarkan pemahaman tersebut, maka untuk menganalisis siapa yang berpartisipasi mereka menyarankan untuk mengidentifikasi ciri-ciri khusus mereka seperti: penduduk setempat; pemimpin masyarakat baik secara formal maupun nonformal; pejabat pemerintah; orang asing.

Sedangkan untuk dimensi bagaimana partisipasi itu berlangsung, maka harus diperhatikan beberapa hal seperti: Apakah inisiatif itu datang

dari administrator atau penduduk setempat. Apakah dorongan partisipasi itu sukarela atau paksaan, Struktur partisipasinya, Saluran partisipasinya, Pemberian kuasa, yang meliputi bagaimana keterlibatan pengarah pada hasil yang diharapkan. Dalam mengukur partisipasi, harus digunakan indikator sikap dan perbuatan.

Dalam hal ini, penulis berpendapat bahwa dalam melihat partisipasi masyarakat lokal maka ada beberapa langkah yang harus diperhatikan yaitu:

1. Reorientasi birokrasi pemerintah ke arah hubungan yang lebih efektif dengan masyarakat klien melalui pengembangan koalisi dan jaringan komunikasi,
2. Peningkatan rasa tanggungjawab rakyat untuk pembangunan mereka sendiri, serta peningkatan kesadaran mereka akan kebutuhan mereka, kemampuan mereka, dan potensi mereka,
3. Memperlancarkan komunikasi antar berbagai potensi lokal sehingga masing-masing dapat lebih menyadari perpektif partisipan lainnya,
4. Penerapan prinsip penuntun yaitu datang hidup, belajar, merencanakan, dan bekerja bersama rakyat.

Pengembangan pariwisata pada dasarnya dapat membawa berbagai manfaat untuk masyarakat di daerah. Oleh karena itu, Soekadijo, memaparkan manfaat pariwisata bagi masyarakat lokal, antara lain: pariwisata memungkinkan adanya kontak antara orang-orang dari bagian-bagian dunia yang paling jauh, dengan berbagai bahasa, ras kepercayaan, paham politik, dan tingkat perekonomian. Selain itu, pariwisata dapat memberikan tempat bagi pengenalan kebudayaan. Pariwisata juga dapat membangkitkan tingkat perekonomian rakyat dalam mengembangkan usaha mereka. Pariwisata merupakan salah satu komoditas yang dapat melibatkan semua komponen untuk secara aktif mengambil bagian dalam pengembangan pariwisata sehingga dapat menunjang pendapat asli daerah. Berdasarkan hal tersebut di atas, dalam mengembangkan dan membangun daerah, mau tidak mau pariwisata harus dijadikan alternative yang dapat mendatangkan keuntungan bagi daerah tersebut.

Dilain pihak, Ndraha (1979) menyatakan bahwa masyarakat juga dapat terlibat dalam pemanfaatan, dimana masyarakat dapat mengambil manfaat pembangunan melalui menerima setiap hasil-hasil pembangunan sebagai (seolah-olah) milik sendiri; menggunakan dan memanfaatkan setiap hasil-hasil pembangunan; mengusahakan (menjadikan suatu lapangan usaha, mengeksploitasi); merawat dan memelihara secara rutin dan sistematis, serta tidak membiarkan menjadi rusak.

Kehadiran pariwisata pada dasarnya dapat membuka peluang kerja bagi masyarakat. Kesempatan ini merupakan peluang untuk memperoleh pekerjaan yang lebih baik. Dalam menjalankan usaha yang tumbuh dibutuhkan tenaga kerja, dan makin banyak wisatawan yang berkunjung makin banyak pula jenis usaha yang tumbuh sehingga makin luas pula lapangan kerja yang tercipta. Lapangan kerja yang tercipta tidak hanya yang langsung berhubungan dengan pariwisata. Berdasarkan hal tersebut di atas, pariwisata mempunyai potensi besar dalam menyediakan lapangan kerja bagi para tenaga kerja yang membutuhkan lapangan kerja baru. Namun tidak semua kegiatan pariwisata memberikan manfaat yang positif bagi masyarakat lokal. Tetaoi dilain pihak, pariwisata juga memberikan dampak negatif bagi masyarakat. Pengembangan daerah pariwisata juga bisa menyebabkan lunturnya nilai-nilai budaya yang ada dalam masyarakat, karena masyarakat cenderung mengadopsi nilai-nilai tersebut tanpa meghayati esensinya.

Selain itu, Young (1973) dan Bachri mengemukakan bahwa pariwisata memberi peluang munculnya kegiatan-kegiatan yang tidak diinginkan, seperti perjudian, perdagangan narkotik dan prostitusi yang dapait menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat lokal. Menurut Jafari (Ritchie dan Goeldner, 1987) dampak negatif dari segi social budaya lainnya adalah *premature departure to modernization* yaitu suatu keadaan dimana nilai-nilai dan ideology asing yang diterima mempengaruhi kehidupan dan sikap serta perilaku masyarakat local dan secara perlahan-lahan dikuatirkan akan menjauhi budaya dan tradisi mereka. Crandall (1987).

Menyatakan bahwa “*demonstration effect*” pada dasarnya adalah kebiasaan meniru yang dilakukan masyarakat lokal khususnya para remaja, yaitu meniru perilaku, kebiasaan, sikap dan pola konsumsi wisatawan asing. Murpy (*Tourism: A community Approach*, 1985), mendukung kedua pendapat di atas bahwa di antara anggota masyarakat yang paling mudah meniru adalah kelompok anak muda yang kadang-kadang merasa tidak puas dengan keadaan setempat dan mencoba meniru cara wisatawan asing dalam mencari sesuatu yang lebih baik. Selanjutnya ditambahkan oleh Inskeep (1986) bahwa hal-hal yang biasanya ditiru oleh remaja adalah tingkah laku wisatawan, cara berpakaian, sikap yang biasanya bertentangan dengan kode etik lokal dan meniru pola konsumsi yang relatif lebih tinggi yang umumnya di bawah rata-rata kemampuan keuangan masyarakat lokal.

Berdasarkan pemahaman diatas, maka manfaat pariwisata akan benar-benar dirasakan oleh masyarakat lokal apabila masyarakat diberikan peranan yang cukup dalam pengelolaan pariwisata tersebut. Sejalan dengan hal diatas, Nyoman Parining (1999), menyatakan bahwa kehadiran pariwisata kerakyatan sangatlah penting. Dimana dalam pariwisata ini, masyarakat seluruh lapisan masyarakat diikut sertakan dalam proses pembangunan pariwisata. Namun disadari bahwa kemampuan masyarakat tidak merata. Oleh karena itu, peranan penting pemerintah dalam menciptakan iklim yang kondusif bagi setiap pelaku pariwisata sangatlah penting.

B. Sosiologi dalam Memandang Pengembangan Kawasan Wisata

Karena sifatnya, maka pariwisata cenderung meyebarkan pengembangan dengan cara menjauhi pusat-pusat industri dan mengarah ke kawasan yang belum dikembangkan. Kawasan-kawasan itu memiliki alam indah, iklim baik, udara bersih dan keadaan masih longgar, belum padat. Wisatawan pada umumnya berpangkal di PPP (Pusat Pengembangan Pariwisata), dimana terkumpul semua kebutuhan pelayanan wisatawan, seperti akomodasi, restoran, bar, telekomunikasi, biro perjalanan, usaha persewaan kendaraan, fasilitas kesehatan, keamanan dan toko-toko eceran.

Maksud utama dari pengembangan desa wisata baru, selain untuk mendukung pembukaan pusat pengembangan pariwisata baru dalam rangka dekonsentrasi, juga untuk keperluan pembukaan daerah tujuan pariwisata baru, maksud utamanya adalah: Menyebarkan keuntungan ekonomis lebih langsung kepada masyarakat desa, memenuhi keinginan mendapat pengalaman pariwisata dari segmen-segmen pasar tertentu. (Hadinoto, *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*, 1997).

Menurut Witt dan Moutindo, tidak dapat disangkal lagi bahwa pariwisata merupakan kegiatan usaha yang terbesar di dunia data ini dan telah berkembang secara cepat. Selanjutnya dikemukakan bahwa dengan berhasil ditemukannya alat transportasi yang lebih cepat dan lebih besar daya muatnya, menjadikan daerah-daerah tujuan wisata yang sebelumnya dianggap jauh menjadi lebih dekat. Meningkatkan volume perjalanan tersebut mendorong timbulnya kebutuhan bagi penyediaan fasilitas-fasilitas pariwisata bagi para wisatawan.

Inskeep (1986) berpendapat bahwa pariwisata harus dikembangkan secara bertahap agar masyarakat punya cukup waktu untuk memahami dan beradaptasi dengan kegiatan pariwisata. Inskeep lebih menyarankan agar jangan mengejutkan masyarakat lokal dengan pembangunan pariwisata yang berskala besar. Kemudian, Rodernberg (1980) mengatakan bahwa pemerintah melalui para perencanaannya hendaknya mulai mengkoordinasikan investasi dalam bidang infrastruktur dengan kebutuhan masyarakat setempat. Hal ini akan menyebabkan usaha-usaha pariwisata berskala kecil dapat berkembang dengan menekankan bahwa untuk dapat berkembang dengan baik secara spesifik. Tafari (1989) menekankan bahwa untuk dapat meminimasi dampak negatif sosial budaya kegiatan pariwisata domestik harus diperkuat agar masyarakat lebih mengenal pariwisata dan berperan secara aktif di dalamnya.

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, maka masyarakat sebagai penerima wisatawan dapat menerima kehadiran pengembangan suatu kawasan wisata jika mempunyai fungsi dan peranan dalam pengembangan kawasan wisata tersebut. Kondisi ini sangat beralasan karena masyarakat adalah komunitas yang mempunyai ikatan kekerabatan turun temurun

yang sangat kuat, sehingga ada ikatan budaya yang cukup kuat baik secara individu, maupun kelompok. Secara organisatoris dan lembaga-lembaga adat, ada beberapa tokoh yang dipercayakan sebagai pemimpin organisasi atau lembaga. Sikap dan pola menerima atau menolak kehadiran pengembangan pariwisata paling tidak sangat dipengaruhi oleh beberapa tokoh kunci, seperti kepala desa, pemuka agama, guru-guru dan beberapa tokoh masyarakat sebagai pemilik sumber-sumber produksi pariwisata.

Aspek social menyangkut kesiapan masyarakat terhadap perubahan yang akan terjadi, dilihat dari sikap menerima atau menolak pembangunan pariwisata. Selain itu sejauh mana peran para pengembang dalam mensosialisasikan setiap kegiatan pariwisata kepada masyarakat lokal, bahwa kehadiran pariwisata memberikan nilai tambah secara ekonomis maupun pelestarian nilai-nilai budaya dalam masyarakat yang hamper tidak pernah digali atau diekspose ke dunia luar sebagai akibat penghargaan terhadap budaya lokal semakin menipis. Jika masyarakat tidak secara keliru memahami kehadiran pengembangan pariwisata, maka akan berdampak positif bagi setiap anggota masyarakat yang akhirnya akan tercipta suasana baru yang aman dan terpelihara sesuai harapan bersama. Desa yang sepi akan dikunjungi wisatawan baik asing maupun domestik. Jika masyarakat lokal, dimana masyarakat dapat kehilangan tanda dan symbol-symbol budaya yang sudah melekat dalam kehidupan keseharian mereka.

Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata, sangat ditentukan oleh beberapa faktor yang merupakan model. Oleh karena itu, dalam melihat sejauh mana penerimaan masyarakat lokal dalam mengembangkan pariwisata, menurut hemat kami ada beberapa factor yang sangat berpengaruh, yaitu: tingkat pendidikan, gender, jarak antara tempat tinggal dengan obyek wisata/sentra-sentra pariwisata, tingkat kekerabatan, kebiasaan merantau, dan factor penghayatan keagamaan. Berdasarkan pemahaman diatas, maka kerangka piker penelitian ini, dapat dilihat dibawah ini.

Ada dua bentuk dampak yang ditimbulkan akibat interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal: 1) kontras anantara kekayaan di kawasan *Enklave* dan keadaan di luarnya. Larangan bagi penduduk untuk ikut

menggunakan fasilitas alam yang sebenarnya bersifat umum, seperti pantai yang ditutup, dengan mudah menimbulkan iri hati atau kecemburuan sosial, atau rasa rendah diri pada masyarakat; 2) bahwa ada golongan-golongan tertentu yaitu golongan yang mampu meniru tingkah laku mereka yang tidak cocok dengan kebudayaan masyarakat setempat. Kedua dampak diatas, dapat menimbulkan kesan yang negative bagi masyarakat lokal.

C. Interaksi Masyarakat dan Wisatawan

Wisatawan yang mengunjungi suatu daerah tujuan wisata didorong oleh motivasi untuk mengenal mengetahui atau mempelajari berbagai hal seperti kebudayaan, kehidupan masyarakat, keindahan alam, berbagai jenis kuliner, dan lain-lain. Apapun motivasi seorang melakukan perjalanan wisata memberikan stimulasi bagi penyegaran fisik dan mental serta merupakan kompensasi terhadap berbagai hal yang melelahkan seperti situasi yang sibuk, ketegangan rutinitas yang menjemukan, sehingga melakukan perjalanan. Wisata merupakan kompensasi terhadap permasalahan-permasalahan tersebut diatas.

Pariwisata secara sosiologi terdiri atas tiga interaksi yaitu, interaksi bisnis, interaksi politik dan interaksi kultural. Interaksi bisnis adalah interaksi di mana kegiatan ekonomi yang menjadi basis materialnya dan ukuran-ukuran yang digunakannya adalah ukuran-ukuran yang bersifat ekonomi. Interaksi politik adalah interaksi di mana hubungan budaya dapat membuat ketergantungan dari satu budaya terhadap budaya lain atau dengan kata lain dapat menimbulkan ketergantungan suatu bangsa terhadap bangsa lain yang dipicu oleh kegiatan persentuhan aktivitas pariwisata dengan aktivitas eksistensial sebuah Negara. Sedangkan interaksi kultural adalah suatu bentuk hubungan di mana basis sosial yang budaya menjadi modalnya. Dalam dimensi interaksi kultural dimungkinkan adanya pertemuan antara dua atau lebih warga dari pendukung unsur kebudayaan yang berbeda. Pertemuan ini mengakibatkan saling sentuh, saling pengaruh dan saling memperkuat sehingga bisa terbentuk suatu ke-

budayaan baru. tanpa mengabaikan keberadaan interaksi bisnis dan interaksi politik.

Berangkat dari pemahaman bahwa model yang digunakan untuk pengembangan kawasan wisata adalah Model terbuka maka berarti tidak tertutup kemungkinan akan terjadi kontak antara aktivitas kepariwisataan dengan aktivitas masyarakat sekitar kawasan wisata. Kontak-kontak ini tidak bisa dibatasi oleh kekuatan apapun ditunjang dengan adanya sarana pendukung yang memungkinkan mobilitas masyarakat. Kontak yang paling mungkin terjadi adalah kontak antara masyarakat sekitar dengan pengunjung atau wisatawan. Masyarakat sekitar berperan sebagai penyedia jasa kebutuhan wisatawan.

Kontak tersebut apabila terjadi secara massif akan mengakibatkan keterpengaruhannya pada perilaku. Pola hidup dan budaya masyarakat setempat. Menurut Soekandar Wiraatmaja (1970) yang dimaksud dengan perubahan sosial adalah perubahan proses-proses sosial atau mengenai susunan masyarakat. Sedangkan perubahan budaya lebih luas dan mencakup segala segi kebudayaan. Seperti kepercayaan pengetahuan Bahasa teknologi dan sebagainya perubahan dipermudah dengan adanya kontak dengan lain-lain kebudayaan yang akhirnya akan terjadi difusi (percampuran budaya).

Kita lihat misalnya bagaimana terjadinya pergeseran kultur kehidupan masyarakat sekitar kawasan candi borobudur yang semula berbasis dengan aktivitas kehidupan agraris (berani) bergeser menjadi masyarakat pedagang dan penjual jasa. Dengan demikian pariwisata ditinjau dari dimensi kultural dapat menumbuhkan suatu interaksi antara masyarakat tradisional agraris dengan masyarakat modern industrial. melalui proses interaksi itu maka memungkinkan adanya suatu pola saling mempengaruhi yang pada akhirnya akan mempengaruhi struktur kehidupan atau pola budaya masyarakat khususnya masyarakat yang menjadi tuan rumah.

Dari dimensi struktural budaya aktivitas industri pariwisata memungkinkan terjadinya suatu perubahan pola budaya masyarakat yang diakibatkan oleh penerimaan masyarakat akan pola-pola kebudayaan luar ini

terekspresikan melalui tingkah laku.cara berpakaian penggunaan bahasa serta pola konsumsi yang diadopsi dari wisatawan yang dapat berkunjung.

Apabila tingkah massivitas kedatangan turis ini cukup tinggi maka ada kemungkinan terjadi “perkawinan” antara dua unsur kebudayaan yang berbeda dari pertemuan atau komunikasi antar pendukung-pendukung kebudayaan yang berbeda tersebut akan muncul peniru-peniru perilaku tertentu atau muncul pola perilaku tertentu meniru tindakan orang lain adalah kewajaran dari seorang manusia tindakan ini bisa lahir karena tujuan-tujuan tertentu dan bisa jadi karena terdorong oleh aspek kesadaran ataupun karena dorongan-dorongan yang sifatnya emosional. Artinya, seseorang individu bisa saja meniru perilaku orang lain hanya karena dia melihat bahwa perilaku yang ditampilkan oleh orang lain tersebut nampak indah atau nampak lebih modern. Tindakan meniru atau yang bisa disebut dengan tindakan imitasi bisa terjadi jika ada yang ditiru. Di sini faktor emosional dominan bermain karena seseorang tidak akan memikirkan apakah perilaku yang ditiru tersebut sesuai atau tidak dengan keadaan dirinya kata lain orang tersebut tidak sempat lagi untuk memikirkan kenampakan-kenampakan yang paling mungkin untuk muncul ke permukaan yang penting bagi dia adalah aku ingin seperti turis itu karena aku menganggap turis itu keren.

Kontak selanjutnya antara wisatawan dengan masyarakat tuan rumah adalah komunikasi verbal. Kontak antara masyarakat tuan rumah dengan wisatawan membutuhkan suatu perantara atau media atau alat yang mampu menjalin pengertian antara kedua belah pihak perantara atau media tersebut adalah bahasa. Bahasa menjadi faktor determinan. Akhirnya masyarakat kembali terdorong untuk bisa berbahasa asing.dorongan itu muncul bukan semata-mata karena motif ingin berhubungan misalnya korespondensi atau yang lain melainkan lebih disebabkan karena faktor ekonomi. Untuk dapat komunikatif dalam memasarkan dagangannya (baik produk souvenir jasa menjadi guide dll) ini berarti telah terjadi pola perubahan budaya masyarakat menuju ke arah yang positif yaitu memperkaya kemampuan masyarakat khususnya dalam bidang bahasa.

Demikian pula kemunculan hotel, café, maupun toko-toko cinderamata di sekitar kawasan wisata adalah variabel yang turut membantu menjelaskan apa yang menjadi penyebab terjadinya perubahan sosial budaya masyarakat sekitar kawasan wisata. Dengan adanya berbagai sarana penunjang pariwisata itu masyarakat menjadi paham akan adanya pola/sistem penginapan yang bersifat komersial. Dengan adanya cafe dan toko. Logika pasar tradisional akan sedikit tergeser dari pola penjualan dengan model tawar-menawar menjadi modal harga pas. Dengan demikian sedikit banyak telah terjadi pergeseran budaya dan tatanan sosial di masyarakat sekitar kawasan wisata. Artinya budaya-budaya lama itu mengalami proses adaptasi yang diakibatkan oleh adanya interaksi dengan para pelancong tersebut. Hal itu di mungkinkan juga karena sifat dari budaya itu sendiri yang dinamis terhadap perubahan yang terjadi.

Pariwisata dengan segala aktivitasnya memang telah mampu memberikan pengaruh yang cukup signifikan bagi perubahan masyarakat baik secara ekonomi sosial mampu budaya. Hal itu menuntut adanya perhatian yang lebih dari para pengambil kebijakan sektor pariwisata untuk mempertimbangkan kembali pola pengembangan kawasan wisata agar masyarakat sekitar lebih dapat merasakan manfaatnya. Dengan kata lain bagaimana membuat suatu kawasan wisata mampu membuka peluang pelihatan aktif masyarakat sebagai subyek dalam kegiatan industri pariwisata bukan hanya sekedar sebagai obyek sekaligus menjadi catatan bahwa faktor kemanusiaan dan entitas lokal tidak boleh diabaikan. Artinya kehidupan masyarakat tidak bolehtercerabut dari akar budayanya hanya karena adanya penekanan segi komersial dari tourism pun juga jangan sampai penekanan pada aspek ekonomi mengabaikan dimensi lain seperti dimensi ketahanan sosial budaya karena perkembangan mutakhir dari dunia kepariwisataan adalah beralihnya minat wisatawan dari *massive tourism* ke *ethnic tourism*. Wisata-wisata unik yang sangat peduli pada karakter asli masyarakat setempat.

Selama berbeda di daerah tujuan wisata.wisatawan berinteraksi dengan masyarakat lokal. Hubungan antara wisatawan dengan masyarakat lokal sangat dipengaruhi oleh sistem sosial budaya kedua belah pihak.

Hubungan wisatawan dengan masyarakat lokal bersifat sementara. Ada kendala ruang dan waktu. Hubungan yang terjadi banyak yang bersifat transaksi ekonomi yang tidak ada lain merupakan proses komersialisasi. Pariwisata memberikan keuntungan sosial ekonomi pada satu sisi, tetapi di sisi lain membawa ketergantungan dan ketimbang sosial dan berbagai masalah sosial. Pariwisata membawa berbagai peluang bentuk perubahan sosial. Munculnya kondisi frustrasi ditengah-tengah masyarakat yang merasa jadi obyek tetapi tidak merasa menikmati keuntungan dari pembangunan kepariwisataan.

Ciri hubungan wisatawan dan masyarakat, yakni sebagai berikut; mereka berhubungan sementara (*transitory relationship*); ada kendala ruang dan waktu yang menghambat hubungan; dalam mass-tourism, tidak ada hubungan yang bersifat sopantan antara wisatawan dan masyarakat lokal; interaksi umumnya bersifat *unequal* dan *unbalanced* (tidak setara). Secara evolutif Greenwood (1977) melihat bahwa hubungan antara wisatawan dengan masyarakat lokal menyebabkan terjadinya proses komodifikasi dan komersialisasi karamahtamahan masyarakat lokal awalnya wisatawan dianggap sebagai dalam pengertian tradisional, yang dismbut ramah tamah tanpa motif ekonomi tapi dalam perkembangannya. Wisatawan semakin banyak jumlah resiprositas dalam artian ekonomi yaitu atas pembayaran profesionalisme menjadi inti pokok untuk membina hubungan baik dengan wisatawan, dan sangat memperhatikan kelanjutan hubungan di masa-masa yang mendatang.

D. Faktor-Faktor Sosial dan Budaya dalam Pariwisata

Pada hakekatnya pengembangan pariwisata harus dilakukan secara integratif dan komprehensif dengan melibatkan seluruh komponen. Potensi-pontensi yang dimiliki serta kebiasaan maupun aturan yang berlaku dalam masyarakat. Hal didasari oleh pemikiran bahwa pariwisata merupakan suatu industri yang sangat kompleks serta memiliki keterkaitan dengan berbagai sektor, seperti sektor transportasi komunikasi, teknologi, pertanian maupun terhadap objek wisata sendiri.

Dalam mengembangkan pariwisata banyak keuntungan yang dapat diperoleh. Namun semuanya berpulang kepada kesiapan daerah masing-masing untuk terus-menerus mengembangkan daerahnya sebagai salah satu daerah pariwisata. Dalam mengembangkan pariwisata ada beberapa kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan pariwisata yaitu: mengencangkan promosi menyiapkan dan meningkatkan mutu pelayanan dan produk wisata. Mengembangkan kawasan-kawasan pariwisata dan produk-produk terutama di wilayah timur Indonesia dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bidang kepariwisataan serta melaksanakan kampanye nasional yang berkesinambungan (HariKaryono, 1997).

Richie (Mchintos, Robert W and Charles R Goeldner, *Tourism: Principles, Practice, Philosophies*, 1990), merumuskan kebijakan pengembangan pariwisata maka perlu diperhatikan beberapa rekomendasi antara lain:

1. Pada dasarnya diharapkan pengembangan pariwisata harus memiliki jalinan hubungan yang harmonis dengan kondisi sosial budaya, lingkungan alam, warisan, tujuan, nilai, dan aspirasi masyarakat lokal;
2. Keuntungan ekonomis kegiatan kepariwisataan harus dirasakan oleh seluruh partisipanyang terlibat proses;
3. Pendekatan kreatif untuk meningkatkan masyarakat lokal dalam partisipasi dalam mewujudkan kesamaan serta rasa memiliki bersama semua fasilitas dan pelayanan yangdikembangkan.

Berdasarkan pemahaman di atas, maka Smith (1996), menyatakan bahwa dalam pemberdayaan masyarakat, perlu diperhatikan:

1. *Habitat*, dimana menjelaskan hubungan timbal balik antara lingkungan alam, manusia, dan kebudayaan sebagai suatu ekosistem yang memberikan jaminan kelangsungan hidup manusia (masyarakat) dalam memelihara, menjaga nilai-nilai budaya. *Heritage*, warisan ini menggambarkan kerangka dasar pengetahuan, ketrampilan yang dimengerti dan dikuasai masyarakat setempat yang mendukung kehidupan masyarakat karena ikatan nilai dan kepercayaan masih tetap hidup dan menjadi tuntunan perilaku, sehingga memberi pedoman akan hal atau sesuatu yang benar dan yang salah.

2. *History*, adalah unsur daya tarik yang dihasilkan dari atau yang berwujud gambaran kehidupan masyarakat masa lampau dan faktor-faktor penting yang berpengaruh terhadap perjalanan hidup masyarakat setempat;
3. *Handicraft*, merupakan daya tarik wisman sebab memberikan hasil karya nyata sebagai ungkapan rasa seni dan teknologi masyarakat setempat.

Pengembangan pariwisata tentunya tidak dapat di pisahkan dengan partisipasi. Masyarakat tidak lagi ditempatkan sebagai obyek yang hanya menerima segala apa yang diputuskan dari atas (pemerintah), tetapi masyarakat pada saat ini juga harus dilibatkan dalam kerangka mengembangkan pariwisata. Keterlibatan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata akan menyebabkan ada rasa memiliki dan rasa ingin turut memelihara pariwisata yang berada di daerahnya.

Dalam melihat partisipasi masyarakat, maka ada tiga dimensi utama yang harus diperhatikan menurut Cohen dan Uthoff (1979), yaitu:

1. Partisipasi apa yang harus dipertimbangkan
2. Siapa yang berpartisipasi;
3. Bagaimana partisipasi itu berlangsung.

Berdasarkan pemahaman tersebut, maka untuk menganalisis siapa yang berpartisipasi mereka menyerankan untuk mengidentifikasi ciri-ciri khusus mereka seperti: penduduk setempat, pejabat pemerintah, orang asing. Sedangkan untuk dimensi bagaimana partisipasi itu berlangsung, maka harus diperhatikan beberapa hal seperti apakah inisiatif itu datang dari administrator atau penduduk setempat apakah dorongan partisipasi itu sukarela atau paksaan, struktur partisipasinya, saluran partisipasinya durasi partisipasinya, ruang lingkup partisipasinya, pemberian kuasa yang meliputi bagaimana keterlibatan pengarah pada hasil yang diharapkan. Dalam mengukur partisipasi harus digunakan indikator sikap dan perbuatan.

Dalam melihat partisipasi masyarakat lokal maka ada beberapa langkah yang harus diperhatikan yaitu: 1) Reorientasi birokrasi pemerintah ke arah hubungan yang lebih efektif dengan masyarakat klien melalui pengembangan koalisi dan jaringan komunikasi, 2) Peningkatan rasa

tanggung jawab rakyat untuk pembangunan mereka sendiri, serta peningkatan kesadaran mereka akan kebutuhan mereka, kemampuan mereka, dan potensi mereka, 3) Memperlancar komunikasi antar berbagai potensi lokal sehingga masing-masing dapat lebih menyadari perpektif partisipasinya, 4) Penerapan prinsip penuntun yaitu datang hidup, belajar, merencanakan, dan bekerja bersama rakyat.

Pengembangan pariwisata pada dasarnya dapat membawa berbagai manfaat untuk masyarakat di daerah. Pariwisata memungkinkan adanya kontak antara orang-orang dari bagian-bagian dunia yang paling jauh, dengan berbagai bahasa, ras kepercayaan, paham politik, dan tingkat perekonomian. Selain itu, pariwisata dapat memberikan tempat bagi pengenalan kebudayaan. Pariwisata juga dapat membangkitkan tingkat perekonomian rakyat dalam mengembangkan usaha mereka. Pariwisata merupakan salah satu komoditas yang dapat melibatkan semua komponen untuk secara aktif mengambil bagian dalam pengembangan pariwisata sehingga dapat menunjang pendapatan asli daerah. Berdasarkan hal tersebut di atas, dalam mengembangkan dan membangun daerah, mau tidak mau pariwisata harus dijadikan alternatif yang dapat mendatangkan keuntungan bagi daerah tersebut.

Kehadiran pariwisata pada dasarnya dapat membuka peluang kerja bagi masyarakat. Kesempatan ini merupakan peluang untuk memperoleh pekerjaan yang lebih baik. Dalam menjalankan usaha yang tumbuh dibutuhkan tenaga kerja, dan makin banyak wisatawan yang berkunjung makin banyak pula jenis usaha yang tumbuh sehingga makin luas pula lapangan kerja yang tercipta. Lapangan kerja yang tercipta tidak hanya yang langsung berhubungan dengan pariwisata, tetapi juga di bidang yang tidak langsung berhubungan dengan pariwisata. Berdasarkan hal tersebut di atas, pariwisata mempunyai potensi besar dalam menyediakan lapangan kerja bagi para tenaga kerja yang membutuhkan lapangan kerja baru.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis, yang telah lama menyatu dengan pariwisata, tidak semua kegiatan pariwisata memberikan manfaat yang positif bagi masyarakat lokal. Tetapi di lain pihak, pariwisata juga memberikan dampak negatif bagi masyarakat. Pengembangan daerah

pariwisata juga bisa menyebabkan lunturnya nilai-nilai budaya yang ada dalam masyarakat, karena masyarakat cenderung mengadopsi nilai-nilai tersebut tanpa menghayati esensinya. Selain itu, Young (1973) dan Bachri (1995) mengemukakan bahwa pariwisata memberi seperti perjudian, perdagangan narkotik dan prostitusi yang dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat lokal. Menurut Jafari (Ritchie dan Goeldner, 1987) (Goulet, D., *Participation in Development*, 165-179) dampak negatif dari segi sosial budaya lainnya adalah *premature departure to modernization*; yaitu suatu keadaan di mana nilai-nilai dan ideologi asing yang diterima mempengaruhi kehidupan dan sikap serta perilaku masyarakat lokal dan secara perlahan-lahan dikuatirkan akan menjauhi budaya dan tradisi mereka. Crandall (1987) menyatakan bahwa *demonstration effect*; pada dasarnya adalah kebiasaan meniru yang dilakukan masyarakat lokal khususnya para remaja, yaitu meniru perilaku, kebiasaan, sikap dan pola konsumsi wisatawan asing.

Murphy (1985) mendukung kedua pendapat di atas bahwa di antara anggota masyarakat yang paling mudah meniru adalah kelompok anak muda yang kadang-kadang merasa tidak puas dengan keadaan setempat dan mencoba meniru cara wisatawan asing dalam mencari sesuatu yang lebih baik. Selanjutnya ditambahkan oleh Inskeep (1986) bahwa hal-hal yang biasanya ditiru oleh remaja adalah tingkah laku wisatawan, cara berpakaian, sikap yang biasanya bertentangan dengan kode etik lokal dan meniru pola konsumsi yang relatif lebih tinggi yang umumnya di bawah rata-rata kemampuan keuangan masyarakat lokal.

Berdasarkan pemahaman di atas, maka manfaat pariwisata akan benar-benar dirasakan oleh masyarakat lokal apabila masyarakat diberikan peranan yang cukup dalam pengelolaan pariwisata tersebut. Sejalan dengan hal di atas, Nyoman Parining (1999), menyatakan bahwa kehadiran pariwisata kerakyatan sangatlah penting. Di mana dalam pariwisata ini, masyarakat seluruh lapisan masyarakat diikutsertakan dalam proses pembangunan pariwisata. Namun disadari bahwa kemampuan masyarakat tidak merata. Oleh karena itu, peranan penting pemerintah

dalam menciptakan iklim yang kondusif bagi setiap pelaku pariwisata sangatlah penting.

Bab 6

Pariwisata Pedesaan dan Pemberdayaan Sosial

A. Pariwisata Pedesaan

Pembicaraan mengenai Pariwisata Pedesaan tidak dapat dipisahkan dari makna kata wisata itu sendiri. Menurut Undang- Undang No. 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataan, wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Pengertian dasar kegiatan wisata ini dapat dipakai untuk merumuskan pengertian Pariwisata Pedesaan itu sendiri. Pengertian pariwisata pedesaan dengan wisata desa dalam kasus ini bisa dipertukarkan.

Pengertian itu dapat mengacu pada fasilitas yang disediakan, pada kegiatan yang dilakukan atau pada budaya dan kehidupan masyarakat tempat itu dilakukan. Bila dilihat dari fasilitas yang disediakan, desa wisata bisa dilihat sebagai suatu pemukiman dengan fasilitas lingkungan yang sesuai dengan (a) tuntutan wisatawan untuk menikmati, mengenal dan menghayati/mempelajari kekhasan desa dengan segala daya tariknya, (b) tuntutan kegiatan hidup masyarakatnya (kegiatan hunian, interaksi sosial, kegiatan adat setempat dan sebagainya), sehingga dapat terwujud suatu lingkungan yang harmonis yaitu rekreatif dan terpadu dengan lingkungannya.

Dilihat dari perspektif lingkungan masyarakatnya, pariwisata pedesaan merupakan bentuk pariwisata dengan obyek dan daya tarik berupa kehidupan desa yang memiliki ciri-ciri khusus dalam masyarakatnya, panorama alamnya dan budayanya, sehingga mempunyai peluang untuk dijadikan komoditi bagi wisatawan, khususnya wisatawan asing. Kehidupan desa sebagai tujuan wisata adalah desa sebagai obyek sekaligus juga sebagai subyek dari kepariwisataan. Sebagai suatu obyek maksudnya adalah bahwa kehidupan pedesaan merupakan tujuan bagi kegiatan wisata, sedangkan sebagai subyek adalah bahwa desa dengan segala aktivitas sosial budayanya merupakan penyelenggara sendiri dari

berbagai aktivitas kepariwisataan, dan apa yang dihasilkan oleh kegiatan tersebut akan dinikmati oleh masyarakatnya secara langsung. Oleh karena itu peran aktif dari masyarakat sangat menentukan kelangsungan.

Kegiatan pariwisata pedesaan ini Inskeep (1991) mendefinisikan pariwisata pedesaan sebagai *where smal groups of tourist stay in or near traditional, often remote village and learn about village life and the local environment*, atau suatu bentuk pariwisata di mana sekelompok kecil wisatawan tinggal di dalam atau di desa tradisional, sering di desa-desa terpencil dan mempelajari tentang kehidupan desa dan lingkungan setempat. Dalam pengertian ini, Inskeep (1991) lebih melihat pariwisata pedesaan sebagai bentuk wisata baru atau trend baru pariwisata internasional, dimana wisatawan datang dalam kelompok-kelompok kecil dan berinteraksi intensif dengan penduduk desa. Wisatawan datang dan mempelajari kehidupan masyarakat yang dikunjunginya bahkan ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan penduduk. Pengertian yang lain dikemukakan oleh Nuryanti (1992), yang mendefinisikan pariwisata pedesaan sebagai suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat menyatu dengan tata cara dan adat yang berlaku.

Dua konsep yang penting dalam komponen desa wisata adalah (a) Akomodasi, yakni sebagian dari tempat tinggal para penduduk setempat dan atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk, dan (b) Atraksi, yakni seluruh kehidupan keseharian penduduk setempat beserta setting fisik lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipatif aktif dalam kegiatan, seperti kursus tari, bahasa, pelatihan kerajinan dan hal-hal lain yang bersifat spesifik.

Dari pengertian yang telah dikemukakan di atas, maka pada hakikatnya Pariwisata Pedesaan adalah suatu wilayah pedesaan dengan memanfaatkan unsur-unsur yang ada dalam masyarakat desa yang berfungsi sebagai atribut produk wisata, menjadi suatu rangkaian aktivitas pariwisata yang terpadu dan memiliki tema. Desa tersebut mampu menyediakan dan memenuhi serangkaian kebutuhan perjalanan wisata, baik aspek daya tarik maupun berbagai fasilitas pendukungnya.

Ciri-ciri tradisional dan unik yang dibarengi dengan aktivitas ritual keagamaan merupakan salah satu hal yang pokok dalam hal daya tarik wisata. Namun di samping itu, pemahaman *local genius* yang dimaksudkan untuk menemukan dan mengenali karakter serta kemampuan masyarakat yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan aspek ekonomi sosialnya juga diperlukan. Hal ini sangat penting karena untuk menentukan tingkat dan jenis pemberdayaan masyarakat serta penerimaan masyarakat (*acceptability*) terhadap kegiatan pariwisata, yang akan dikembangkan di wilayah tersebut.

B. Pemberdayaan Sosial

Salah satu unsur terpenting dalam pembangunan pariwisata pedesaan adalah keterlibatan masyarakat desa dalam setiap aspek wisata yang ada di desa tersebut. Dua indikator penting dari sekian banyak indikator mengenai tingkat keberhasilan pariwisata pedesaan adalah pertama, adanya kemandirian institusi-institusi lokal (*local institutions*) serta, kedua, tersedianya sumber daya manusia (*man power*) yang memadai dalam melaksanakan pembangunan pariwisata. Kemandirian institusi lokal sangat penting karena sebagai basis aktivitas masyarakat dalam pariwisata, yang berfungsi menjadi sumber ekonomi (*economy resources*), akumulasi pengetahuan dan ketrampilan (*knowledge and skill accumulation*) serta sebagai cagar budaya (*culture heritage*) masyarakat setempat. Sementara itu, ketersediaan sumber daya manusia yang visioner, tangguh dan profesional juga akan menjadi faktor kunci penopang keberhasilan program-program itu sendiri.

Perumusan model perencanaan pembangunan di sini tentu saja ditentukan oleh peletakan dasar visi dan misinya. Pandangan dan tujuan jauh ke depan dari pembangunan pariwisata pedesaan adalah terciptanya masyarakat pedesaan (*rural community*) yang mandiri dan berdaya dalam bidang sosial ekonomi dan budaya. Pemberdayaan dapat ditempuh dengan memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada mereka (masyarakat pedesaan) sebagai subyek pembangunan untuk mengelola dirinya dengan

SDA, SDM serta perangkat kelengkapan yang dimilikinya untuk kesejahteraan bersama.

C. Pembangunan Pariwisata dalam Pengembangan Eksistensi Budaya Lokal

Sebagai sebuah desa yang masi semi-traditional Desa Kapuhsari memiliki buda sosial yang patut dilestarikan. Masuknya pembangunan pariwisata ke Desa Kepuhsari tidak melunturkan upacara dan tradisi lokal melainkan memperkenalkan lebih dekat upacara ritual tersebut kemasyarakat luas dan wisatawan khususnya serta menghidupkan kembali tradisi-tradisi yang mulai hilang. Ada kegiatan kesenian yang berbasis keagamaan dalam hal ini agama Islam yang sangat menonjol yaitu Shalawatan yang bertujuan melantunkan pujian kepada sang pencipta. Perbedaannya, Shalawatan tidak dilakukan dalam satu organisasi, jadi semua anggota masyarakat dapat mengikuti kegiatan ini. Shalawat badar dilakukan dengan menggunakan alat terbang dan gendang hanya tampil pada saat acara tertentu seperti syukuran perkawinan, kelahiran, khitanan (tergantung permintaan pemilik hajatan, tujuh belasahn, dan jika diminta untuk tampil kapanpun dalam setiap perayaan). Selain itu, ada juga kesenian non-keagamaan yaitu Seni Tayub yang dimainkan pemuda pemudi setempat. Mereka biasanya mengadakan pertemuan dan menambah latihan khusus jika akan tampil pada acara tertentu itupun pada malam hari karena pagi hingga siang mereka harus berja sebagai pengrajin.

Kehidupan ritual di Desa Kepuhsari masih melekat pada masyarakat seperti selamatn, perkawinan, kelahiran, kematian, khitanan dan biasanya diikuti dengan “punjungan” yaitu mengantarkan makanan dan diletakkan dalam kardus. Upacara nyandran juga masih diadakan dengan melibatkan banyak orang yaitu membersihkan makam milik keluarga dan mengirim bunga pada saat menjelang hari besar Maulid Nabi. Sementara itu, masyarakat Desa Kapusari memiliki acara ritual yang setiap satu tahun sekali diadakan yaitu Bersih Desa. Menurut Bapak kepal desa baik secata lisan maupun melalui brosur, saat ini acara Bersih Desa mulai diperkenalkan melalui masyarak luas dan wisatawan pada khususnya yang di-

selenggarakan oleh Pokdarwis atas swadaya masyarakat Desa Kepuhsari dan para donatur. Selain itu, pengembangan produk kerajinan tangan diperluas baik kuantitas maupun kualitasnya. Aspek kuantitas artinya ada pada peningkatan jumlah relasi pada produsen, konsumen ataupun eksportir, interaksi antara pengrajin dengan pemilik/pengusaha lokal makin sering karena permintaan pasar yang semakin bertambah, serta semakin berkreasinya produk kerajinan diantaranya adalah kipas, sekat/pembatas buku, kap lampu dan sebagainya. Aspek kualitas berarti mutu produk kerajinan makin baik dan kemampuan sumber daya manusia, (perajin) berkembang keterampilan dan keahliannya.

Pembangunan pariwisata paling tidak menyangku empat hal yaitu: a) bidang objek atau daya tarik wisata, b) bidang fasilitas pariwisata, c) bidang jasa pariwisata, d) bidang promosi pariwisata. Dua hal pertama dan kedua mengarah pada perubahan keadaan fisik, sedangkan ketiga dan keempat perubahan pada bidang sumber daya manusia dan informasi. Pembangunan pada empat bidang ini seringkali tidak ditujukan untuk meningkatkan jumlah wisatawan dan dilakukan oleh pihak yang berhubungan langsung dengan dunia pariwisata, namun dampaknya akan luas dirasakan oleh masyarakat. Dengan demikian, pembangunan pariwisata tidak perlu selalu diartikan sebagai upaya yang sengaja untuk meningkatkan kunjungan orang kesuatu daerah. Pembangunan pariwisata ini akan membawa pembaharuan dalam masyarakat dan menimbulkan dampak sosial budaya.

Di dalam masyarakat terdapat kebudayaan (acuan anggota masyarakat dalam bersikap dan bertingkah laku), struktur sosial (bentuk interaksi antara anggota masyarakat) dan kepribadian (karakteristik individu dalam memberi respon individu lain). Asumsi dasarnya adalah suatu usaha atau kegiatan yang dintroduksi berpengaruh pada ketiga aspek tersebut. Dalam proses introduksi usaha atau kegiatan tersebut, nilai-nilai sosial yang oleh masyarakat (penduduk lokal) ditempatkan sebagai acuan terhadap *the way of thinking* dan *the way of doing* diuji kembali. Boleh jadi sebagai tetap dipakai (dengan beberapa modifikasi) dan sebagian yang lain dibuang, digantikan dengan yang dianggap mampu menjawab kebutuhan

masyarakat. Bersamaan dengan itu unit-unit sosial tumbuh semakin beragam.

Berangkat dari asumsi semacam itu, kelestarian nilai-nilai kultural diidentifikasi dari keberadaan upacara keagamaan, upacara adat dan upacara “Daur hidup” (kelahiran, perkawinan, kematian). Pada mulanya awal ritual, upacara adat, serta kesenian tradisional diciptakan untuk kegiatan-kegiatan keagamaan dan upacara-upacara yang mengandung arti simbolis. Namun dengan adanya pengembangan pariwisata, selain kegiatan acara ritual tersebut dilaksanakan sebagai kebiasaan, namun juga terdapat tujuan lain yaitu dijadikan komoditas objek pariwisata. Sehingga muncul pergeseran nilai yang tidak semata-mata berorientasi pada nilai fungsi acara ritual ataupun budaya lokal tersebut melainkan juga berorientasi pada komersial. Namun pergeseran nilai tidak berdampak pada perubahan interaksi sosial masyarakat karena kehidupan beraagama, serta nilai luhur dalam kehidupan masyarakat masih dipegang teguh. Usaha ini juga tidak lepas dari aktor kepemimpinan lokal yang berasal dari daerah tersebut sehingga dapat menawarkan aspirasi masyarakat setempat.

Hal ini sejalan dengan hakekat dari pariwisata pedesaan yaitu suatu wilayah pedesaan yang memanfaatkan unsur-unsur yang ada dalam masyarakat desa yang berfungsi sebagai atribut produk wisata, yang menjadi rangkaian aktifitas pariwisata yang terpadu. Maka pembangunan wisata desa ini dapat melestarikan eksistensi budaya lokal daerah setempat. Misalnya kerajinan wayaamh kolut dibuat dengan miniaturnya, dari segi produk wayang memperlihatkan kelestarian budaya karena wayang merupakan ciri dari hasil budaya jawa pada umumnya akan berdampak pada pengenalan eksistensi budaya lokal dan budaya nasional pada umumnya. Produk kerajinan kulit ini tidak hanya cinderamata bagi wisatawan tetapi sudah bernilai ekspor dan pemasarannya semakin luas. Sehingga usaha persaingan antar perajin untuk meningkatkan produk kerajinan kulit dilakukan pada misalnya dari pemilihan bahan baku, proses *finishing* sampai pada penataan di show room tiap-tiap sanggar kerajinan. Namun usaha ini kurang didukung pihak swasta (*agent travel*) sebab mereka masih berorientasi pada kegiatan wisata yang bisa mendatangkan

keuntungan yang tinggi. Pada hal melalui pembangunan pariwisata pedesaan inilah khasanah budaya lokal tetap lestari dan perlahan-lahan menjadi kebanggaan identitas daerah setempat dan dapat di kenal para wisatawan baik lokal maupun internasional.

Andaikata keberadaan budaya lokal ini disambut baik oleh institusi-institusi yang terkait baik swasta maupun pemerintah, maka kemajuan yang ada bukan sekedar berlaku bagi budaya setempat, tapi lebih dari itu adalah bagi pembangunan pariwisata secara umum.

D. Pembangunan Pariwisata dan Perubahan Sosial

Kehadiran pembangunan pariwisata di Desa Kapuhsari membawa dampak pada perubahan sosial. Menurut Wilbert E Moore, perubahan sosial sebagai perubahan penting dari struktur sosial dan yang dimaksud dengan struktur sosial adalah “pola-pola perilaku dan interaksi sosial”. Di dalamnya mencakup berbagai eksperesi mengenai struktur seperti norma, nilai dan fenomena kultural. Definisi lain juga mencakup variasi dan modifikasi dalam setiap aspek proses sosial, pola sosial dan bentuk-bentuk sosial, serta setiap modifikasi pola antar hubungan yang mapan dan standar perilaku (Laurer, 1993).

1. Perubahan Kultural

Gerakan sosial horizontal dimaksud sebagai suatu peralihan individu atau obyek-obyek sosial lainnya, dari suatu kelompok sosial lainnya atau sederajat, contoh dari gerak sosial horizontal ini adalah mode pakaian. Perubahan kultural yang terjadi pada responden mayoritas adalah dalam hal ini adalah model pakaian, penggunaan telepon genggam (*handphone*). Penghasilan yang mereka dapatkan dari bekerja di kerajinan kulit, mengubah kebiasaan mereka dalam membeli pakaian. Dampak ini akaibat dari interaksi dan relasi antara mereka dengan wisatawan yang datang. Selain itu, masyarakat bersikap terbuka sikap terbuka pembaharuan. Walaupun ada pengaruh dari interaksi dan relasi ini, namun masyarakat terutama para perajin yang kebanyakan masih muda tidak dibawa arus pada mode-mode pakaian yang tidak sesuai dengan budaya ke-timuran yang masih menjunjung adat kesopanan.

2. Perubahan Struktural

Perubahan struktural pembangunan di daerah ini bermula dari kebaikan sarana transportasi (jalan utama menuju Desa Kapuhsari), serta mental pariwisata para perajin makin tinggi, menyebabkan pembentukan kelompok-kelompok sosial yang berfungsi mendukung pengembangan pariwisata pedesaan serta mengetahui bentuk dan sifat penilaian dan respon masyarakat terhadap suatu usaha (kerajinan rakyat) dalam proses pemberdayaan rakyat. Hal ini merupakan dampak perubahan struktural secara horizontal. Partisipasi warga Kapuhsari ini diartikan sebagai kesediaan untuk membantu berhasilnya setiap program sesuai kemampuan setiap orang tanpa berarti mengobarkan kepentingan diri sendiri.

Kelompok-kelompok lokal ini, menurut Cooley termasuk dalam tipe *primary group* yang ditandai dengan antar anggota kelompok saling mengenal serta kerja sama erat yang bersifat pribadi yaitu adanya peleburan dari individu-individu dalam satu kelompok. Sehingga tujuan individu menjadi tujuan kelompok (Soekanto, 1957). Hal ini menyebabkan adanya gerak sosial atau *social mobility* yaitu diartikan sebagai suatu gerak dalam struktur sosial (*social structure*) yaitu pola-pola tertentu yang mengatur organisasi suatu kelompok sosial. Struktur sosial mencakup sifat-sifat dari hubungan antara individu dalam kelompok itu dan hubungan antara individu dengan kelompoknya.

Kehidupan warga Desa Kapuhsari yang semi tradisional dan sebagaimana besar bergerak dalam kerajinan rakyat, menyebabkan mobilitas horizontal lebih besar terjadi. adanya sanggar kerajinan, acara ritual, maupun kesenian tradisional yang mulai dilestarikan kembali serta didukung oleh alam yang masih alami pedesaan sebagai ciri khas obyek wisata desa, berdampak tidak hanya pada warga setempat melainkan juga warga sekitar Desa Kapuhsari yaitu munculnya mobilitas permanen (migrasi) dan mobilitas sirkuler, terutama dialami oleh para perajin.

Perubahan struktural serta vertikal dapat dilihat dari pemilihan sarana transportasi dan jumlah pendapat yang diperoleh perajin khususnya. Perajin yang sudah beberapa tahun bekerja upah yang diterima akan naik diselesaikan dengan keahlian dan pengalaman. Meskipun demikian,

kerja sama antar individu dengan yang lain masih ada. Semakin seimbang kesempatan-kesempatan untuk mendapatkan kedudukan-kedudukan tersebut dan semakin besar gerak sosial, maka itu berarti bahwa sifat sistem berlapis-lapis dalam masyarakat semakin terbuka.

Menurut Dahrendorf, tuntutan-tuntutan struktural bagi orang untuk membentuk “*interest groups yang aktif*” adalah bersifat “teknis”, “politis”, dan “sosial”. Secara politisi makin besar liberal keadaannya, makin perlu mobilisasi demi untuk konflik yang aktif, semakin totaliter keadaannya, makin kurang diperlukan mobalisasi itu. Ada tiga faktor sosial yaitu: (1) pembentukan group lebih diperlukan apabila anggota-anggota secara potensial terkonsentrasikan secara geografi dengan cukup baik. (2) apabila mereka berkomunikasi secara modal, sebagaimana teknologi-teknologi komunikasi modern memungkinkan komunikasi lebih mudah bagi mereka untuk melakukannya. (3) jika orang yang berada dalam relasi setara dijadikan anggota baru dengan cara yang sama kepentingan kelas akan menjadi riil bagi orang yang bertukar pengalaman kebudayaan (Zamroni, 1992).

Perubahan ini berdampak sosial yang artinya berbagai macam perubahan yang terjadi pada suatu sistem interaksi dan relasi antar individu sebagai akibat dari adanya perubahan pada lingkungan fisik, sosial dan budaya dari sistem tersebut. Kaitannya dengan pariwisata yaitu akibat-akibat yang muncul karena hadirnya wisatawan dan kegiatan mereka terhadap sistem interaksi dan relasi tersebut. Wisatawan yang berkunjung ke Desa Kapuhsari sedikit banyak membawa banyak pengaruh sosial yaitu perubahan pada pola pikir serta interaksi antar individu. Misalnya dalam penggunaan Bahasa Inggris berdampak pada munculnya kemauan untuk belajar Bahasa Inggris. Namun, hal ini tidak begitu besar dampaknya terhadap responden karena mereka merasa kesulitan untuk belajar dan memang kendala utama adalah tingkat pendidikan yang rendah. Walaupun demikian, paling tidak, ada kata-kata yang mereka pahami.

Selain itu, dampak kuantitatif terjadi dengan meningkatnya promosi yang dilakukan dengan baik melalui leaflet, kegiatan pameran, maupun pemasaran keluar melalui eksportir. Jumlah wisatawan yang datang makin

lama makin bertambah meskipun belum begitu besar seperti misalnya di Waduk Wonogiri. Hal ini disebabkan faktor internal dan faktor eksternal, faktor internal seperti kurangnya penataan lingkungan Desa Kapuhsari, dan belum jelas obyek wisata Desa Kapuhsari selain kerajinan kulit. Namun, relasi dan interaksi yang terjadi dalam rangka pembangunan pariwisata ini semakin meningkat misalnya makin bertambah jumlah promosi tidak hanya melalui leaflet tetapi juga di majalah, radio, televisi, dan internet.

Tingkat migrasi penduduk yang keluar dari Desa Kapuhsari kecil karena di Desa Kapuhsari mereka berpendapat banyak memberikan peluang kesempatan kerja dan mengembangkan diri. Sedangkan pendatang dari luar untuk bertempat tinggal di Desa Kapuhsari jumlahnya kecil namun kebanyakan mereka termasuk dalam mobilitas penduduk non-permanen dan sebegini kecil ada yang menginap dan kemudian menjadi penduduk setempat karena sudah mapan bekerja di Sanggar Kerajinan yang ada. Dalam hal ini pemasaran produk kerajinan kulit semakin luas yaitu dikirimkan ke Yogyakarta serta daerah lain dan diekspor juga dipasarkan di toko-toko batik Solo dan Yogyakarta.

E. Pembangunan Pariwisata dan Kemandirian

Pembangunan pariwisata pedesaan ini lebih berpusat pada manusia, wawasan tidak hanya sekedar angka pertumbuhan GNP atau pengadaan layanan sosial. Menurut Gran (dalam Tjokrowinoto, 1999) peningkatan perkembangan manusia dan kesejahteraan manusia, persamaan dan *sustainability* manusia menjadi fokus sentral proses pembangunan, pelaksana pembangunan yang menentukan tujuan, sumber-sumber pengawasan dan untuk mengarahkan proses yang mempengaruhi kehidupan mereka. Peranan pemerintah dalam hal ini adalah menciptakan lingkungan sosial yang memungkinkan untuk berkembang, yaitu lingkungan sosial yang mendorong perkembangan manusia dan aktualisasi potensi manusia secara lebih besar. Penciptaan lingkungan sosial menentukan sistem belajar mengorganisasikan diri, yakni dengan mengorientasikan jaringan organisasi informal dan arus komunikasi pada kebutuhan dan variasi

lokal (daerah) sebagai pelengkap dari sistem komando yang lebih formal. Berfungsinya pengaturan struktur tersebut sangat bergantung pada inisiatif rakyat untuk berkreasi pada sumber informasi yang tidak pernah kering (Tjokrowinoto, 1999). Kemampuan individu melakukan tindakan dalam arti melakukan tindakan ini menurut Parsons sebagai “*voluntarism*” yaitu kemampuan individu melakukan tindakandalam arti menetapkan cara atau alat dari sejumlah alternatif yang tersedia dalam rangka mencapai tujuannya (Ritzer, 1992).

Di samping jiwa gotong-royong yang masih dimiliki masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, mental wiraswasta telah tumbuh pada perajin ukur dan batik kayu pada khususnya pengusaha lokal. Pemerintah daerah Kabupaten Wonogiri melalui berbagai penyuluhan, pelatihan dengan tujuan menumbuhkan sifat kemandirian dalam rangka pengembangan pembangunan pariwisata. Jika mereka hanya mengandalkan bantuan dari Pemerintah saja maka perkembangan pariwisata pedesaan di Desa Kepuhsari kan mengalami kesulitan. Dimensi budaya masyarakat yang mendukung kelestarian kerajinan kulit sertatradisi lokal mengarahkan pada sikap saling kekeluargaan karena memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mendukung adanya pengembangan pembangunan pariwisata pedesaan disamping membuka lapangan pekerjaan serta mendapatkan penghasilan.

Pengembangan pariwisata pedesaan di Desa Kepuhsari tidak lepas dari partisipasi warga. Sebagai proses pembagunanakan tiba masanya momentum pembangunan tidak dapat dipertahankan kecuali dengan partisipasi yang aktif, sukarela, dan prakarsa dan kaum tani, wiraswasta kecil di desa. Kemampuan warga disini untuk berdikari dan berkembang, juga tergantung pada sejauh mana ia dapat mengutarakan kebutuhan-kebutuhannya (Korten dan Sjahrir, 1998). Pembentukan kelompok-kelompok sosial (sanggar kerajinan, Pokdarwis) membantu masyarakat dal hal pencarian dana serta sponsor dalam melaksanakan dan mengembangkan kesenian lokal dan acara ritual.

Daftar Pustaka

- Ariana, P. (2020). *Wisata Budaya: Melestarikan Kearifan Lokal Masyarakat*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia.
- Argyo Demartoto dkk. (2013). *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Surakarta: UNS Press
- Hadiwijoyo, S. (2012). *PErencanaan Pariwisata Pedesaan Berbasis Masyarakat*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Enok Maryani, (2019). *Geografi Pariwisata*. Yogyakarta: Ombak
- Hayat, dkk.(2018). *Perencanaan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan*. Malang: Inteligencia Media
- Sarbini, (2018). *Filsafat Pariwisata Sebuah Kajian Filsafat Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Soemanto, (2019). *Sosiologi Pariwisata*. Tangerang Selatan: UT
- Gede Pitana, (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- , (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Liga Suryadana, M (2013). *Sosiologi Pariwisata: Kajian Kepariwisataaan dalam Paradigma Innerafratif-Transpormatif Menuju Wisata Spritula*. Bandung: Humaniora

Tentang Penulis



Dr. Irwan, S.Pd., M.Pd., lahir pada tanggal 8 Juli 1989 di Desa Bontobangun Kabupaten Bulukumba putra dari Samude dan ibu Bernama Hasmi. Pendidikan SDN 212 Bontobangun dan SMP 2 Bissappu Kabupaten Bantaeng, SMA 1 Bantaeng. Pada tahun 2008 mendaftar di Universitas Negeri Makassar Jurusan Pendidikan Sendratasik Fakultas Seni dan Desain. Setelah selesai pada tahun 2012, penulis menjadi guru di SMP PGRI Kota Makassar, dan aktif pendampingan seniman kampung dan mentas seni di Padang Panjang, Singapore dan Malaysia.

Pada tahun 2014 melanjutkan studi S-2 pada Program Studi Pendidikan Ilmu Sosial Kosentrasi Pendidikan Antropologi di Universitas Negeri Makassar dan lulus pada tahun 2016. Setelah selesai penulis sempat menjadi Dosen LB dari tahun 2016 sampai 2021 di Program Studi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar.

Pada Tahun 2017 menjadi dosen tetap di Universitas Sawerigading Makassar pada Program Studi Sosiologi sampai sekarang. Tahun 2020 diangkat menjadi Ketua Program Studi Sosiologi masa bakti 2020-2024. Pada tahun 2020 melanjutkan studi S-3 di Program Studi Ilmu Sosiologi Universitas Negeri Makassar dengan mendapatkan Beasiswa LPDP, dan menyelesaikan studi S-3 (Doktor) pada tahun 2023 dengan predikat *cum laude*. Penulis dapat disapa lewat email irwanunsa212@gmail.com.