

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perjalanan wisata pada saat ini sudah menjadi tren bagi masyarakat, kebutuhan akan perjalanan wisata sudah tidak dapat dikesampingkan lagi. Seiring dengan perkembangan zaman, perjalanan wisata bukan hanya sebagai rekreasi belaka akan tetapi menjadi gaya hidup (*life style*) masyarakat pada saat ini. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mempunyai peran besar dalam perekonomian suatu negara. Hal ini dibuktikan bahwa sektor pariwisata sebagai penyumbang devisa negara. Selain itu pariwisata juga memperluas lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah serta bertujuan untuk memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Pengembangan pariwisata tidak terlepas dari unsur fisik maupun non fisik, sehingga perlu diperhatikan peran dari unsur-unsur tersebut (Sujali, 1989).

Pengembangan pariwisata merupakan salah satu cara mengembangkan suatu kawasan atau daerah. Pengembangan tidak lepas dari sumber daya alam maupun sumber daya buatan sebagai potensi daya tarik obyek wisata. Mengembangkan pariwisata dibutuhkan promosi-promosi seperti tersedianya paket wisata yang menawarkan berbagai perjalanan yang menarik serta dapat menjangkau obyek wisata lainnya, agar wisatawan tertarik dengan adanya paket wisata maka perlu disusunnya paket wisata yang menarik. Adanya produk-produk paket wisata yang ditawarkan ini, diharapkan akan membantu dan memudahkan wisatawan dalam memilih dan menentukan rencana perjalanan mereka. Pembangunan pariwisata merupakan bagian dari pembangunan wilayah, maka daerah yang berpotensi sebagai daerah tujuan wisata (DTW) apabila dikembangkan nantinya akan berjalan lancar tanpa adanya perantara pendukung, seperti layanan transportasi, layanan jasa makan dan minum dan lain sebagainya. Layanan-layanan tersebut menjadikan wisatawan tidak akan kesulitan memperoleh kebutuhan pariwisata (Kusmayadi, 2004).

Paket wisata merupakan suatu perjalanan wisata yang direncanakan dan diselenggarakan oleh suatu travel agent atau biro perjalanan atas resiko dan tanggungjawab sendiri baik acara, lama waktu wisata dan tempat yang akan dikunjungi, akomodasi, transportasi, serta makanan dan minuman telah ditentukan oleh biro perjalanan dalam harga yang telah ditentukan jumlahnya (Yoeti, 1997). Paket wisata merupakan bisnis yang sangat menjanjikan di masa yang akan datang mengingat era globalisasi seperti sekarang ini di mana pengetahuan manusia lebih luas dan mendorong mereka untuk mengetahui setiap detail kehidupan di seluruh penjuru dunia. Keindahan alam dan keragaman budaya merupakan yang paling diminati oleh sebagian besar wisatawan. Rasa keingintahuan mereka terhadap tatanan kehidupan bangsa serta keunikan budaya yang mendorong mereka untuk melakukan perjalanan wisata.

Pemerintah ikut serta dalam menindaklanjuti potensi pariwisata di Indonesia dengan dikeluarkannya Undang-Undang mengenai kepariwisataan Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 yang menjelaskan secara khusus peraturan kepariwisataan di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan keseriusan pemerintah dalam pengelolaan dan penanganan sektor pariwisata yang memiliki potensi tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Gunungkidul sebagai salah satu obyek wisata yang memiliki panorama keindahan alam yang masih alami. Kabupaten Gunungkidul sebagian besar wilayahnya berupa perbukitan dan pegunungan kapur, yakni bagian dari gunung sewu serta memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Kabupaten Gunungkidul mempunyai potensi wisata alam yang tinggi diantaranya bentang alam gua, bukit, pantai, air terjun, dan pegunungan serta didukung oleh potensi seni budaya dan peninggalan sejarah yang tersebar hampir di seluruh wilayah Gunungkidul. Potensi wisata yang dimiliki membuat kabupaten Gunungkidul menjadi daerah tujuan wisata, hal ini didukung dengan pembangunan akses jalan menuju obyek wisata yang ada. Wisatawan yang berkunjung bukan hanya dari Yogyakarta, namun juga dari berbagai provinsi seperti Jakarta, Surabaya, dan dari kota lainnya. Khususnya ketika libur panjang tiba, hampir

semua obyek wisata penuh oleh wisatawan. Akan tetapi pariwisata di Gunungkidul masih terkendala dari banyaknya wisatawan yang belum mengetahui letak obyek wisata tersebut. Hal tersebut dikarenakan banyak obyek wisata yang baru diperkenalkan, dengan demikian tentu mengurangi potensi pariwisata di Gunungkidul. Oleh karena itu perlu dikembangkannya paket wisata untuk memudahkan wisatawan ke tempat tujuan yang diinginkan. Tabel 1.1 berikut merupakan Data Jumlah Kunjungan Wisata Kabupaten Gunungkidul Tahun 2013-2017

Tabel 1.1 Data Jumlah Kunjungan Wisata Kabupaten Gunungkidul Tahun 2013-2017

Obyek Wisata	2013	2014	2015	2016	2017
Goa Pindul	426.413	302.129	143.553	173.302	142.550
Sri Gethuk	125.223	102.132	139.800	139.158	111.241
Pantai Baron	518.351	1.051.040	1.676.459	1.945.191	2.215.504
Pantai Siung	52.319	159.963	189.160	216.917	208.414
Pantai Wediombo	44.612	143.122	147.725	197.985	270.774
Embung Nglanggeran	-	-	133.890	135.659	149.703
Bukit Bintang	-	129.753	-	142.500	160.435

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi DIY 2017

Berdasarkan data dari dinas pariwisata provinsi DIY tahun 2017, pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa obyek wisata pantai menjadi daya tarik tersendiri untuk dikunjungi wisatawan terbukti dengan terus meningkatnya jumlah pengunjung setiap tahunnya, sedangkan untuk obyek wisata lainnya setiap tahunnya mengalami kenaikan juga penurunan. Penurunan jumlah pengunjung disebabkan oleh beberapa hal yaitu antara lain keadaan obyek yang kurang menarik, fasilitas yang tersedia kurang lengkap serta kurang menariknya paket wisata yang disediakan oleh biro perjalanan wisata dan pengelola obyek wisata. Oleh karena itu, perlu ditingkatkannya fasilitas pelengkap obyek wisata agar lebih menarik dan menyusun paket wisata yang dapat menarik wisatawan untuk menggunakan jasa paket wisata.

Pengembangan produk merupakan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan suatu produk ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna dan daya pemuas yang lebih besar kepada para wisatawan. Sebuah paket wisata menjadi populer dikalangan wisatawan karena perjalanan yang dikemas dalam sebuah paket akan dapat memberikan nilai lebih baik bagi wisatawan maupun sektor pariwisatanya. Penyusunan paket wisata dan dilakukannya promosi diharapkan dapat mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung obyek wisata di Kabupaten Gunungkidul. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Spasial Penyusunan Paket Wisata Berdasarkan Karakteristik dan Potensi Obyek Wisata Kabupaten Gunungkidul**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat diketahui beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik potensi yang dimiliki obyek wisata Kabupaten Gunungkidul ?
2. Bagaimana penyusunan paket wisata agar menjadi lebih menarik ditinjau dari karakteristik potensi wisata di Kabupaten Gunungkidul ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui karakteristik potensi obyek wisata secara spasial di Kabupaten Gunungkidul
2. Menyusun paket wisata yang lebih menarik sesuai dengan karakteristik potensi wisata di Kabupaten Gunungkidul

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian adalah :

1. Sebagai syarat menempuh program sarjana S-1 Geografi di Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

2. Sebagai sumber informasi mengenai daya tarik obyek wisata alam di Gunungkidul
3. Sebagai bahan pertimbangan untuk perencanaan penyusunan paket wisata di Gunungkidul

1.5 Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya

1.5.1 Telaah Pustaka

1.5.1.1 Pariwisata

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam (Oka A.Yeti, 2000).

1.5.1.2 Wisatawan

Wisatawan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dunia pariwisata. Jika ditinjau dari arti kata "wisatawan" yang berasal dari kata "wisata" maka sebenarnya tidaklah tepat sebagai pengganti kata "tourist" dalam bahasa Inggris. Kata itu berasal dari bahasa Sanskerta "wisata" yang berarti "perjalanan" yang sama atau dapat disamakan dengan kata "travel" dalam bahasa Inggris. Orang melakukan perjalanan dalam pengertian ini, maka wisatawan sama artinya dengan "traveler" karena dalam bahasa Indonesia sudah merupakan kelaziman memakai akhiran "wan" untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaannya, jabatannya dan kedudukan seseorang (Irawan, 2010). Adapun pengertian wisata adalah sebagai berikut :

1. Menurut Smith (dalam Kusumaningrum, 2009) menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu lain.
2. Menurut *World Trade Organization (WTO)* (dalam Kusumaningrum, 2009) membagi wisatawan dalam tiga bagian berikut :

- a) Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan ke suatu negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan perjalanan yang diberikan oleh negara yang dikunjunginya.
- b) Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu negara tanpa memandangkan kewarganegarannya, berkunjung ke suatu tempat pada negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklarifikasikan antara lain memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan, dan olahraga, bisnis atau mengunjungi keluarga.
- c) Darmawisata atau excursionist adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di negara yang dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.

Wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah biasanya ingin menghabiskan waktunya untuk bersantai, menyegarkan pikiran dan ingin melepaskan diri dari rutinitas kehidupan sehari-hari. Jadi bisa juga dikatakan wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat yang jauh dari rumahnya bukan dengan alasan rumah atau kantor (Kusumaningrum 2009). Wisatawan menurut sifatnya (Kusumaningrum 2009) :

- Wisatawan Modern Idealis, wisatawan yang sangat menaruh minat pada budaya multinasional serta eksplorasi alam secara individual.
- Wisatawan Modern Materials, wisatawan dengan golongan Hedonisme (mencari keuntungan) secara berkelompok.
- Wisatawan Tradisional Idealis, wisatawan yang menaruh minat pada kehidupan sosial budaya yang bersifat tradisional dan sangat menghargai sentuhan alam yang tidak terlalu tercampur oleh arus modernisasi.

- Wisatawan Tradisional Materials, wisatawan yang berpandangan konvensional, mempertimbangkan keterjangkauan, murah dan keamanan.

1.5.1.3 Paket Wisata

Paket wisata merupakan perpaduan dari beberapa produk wisata, minimal dua produk yang kemudian dikemas menjadi satu kesatuan harga yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Paket wisata (*tour package*) yang berarti suatu perjalanan wisata dengan fasilitas yang dibutuhkan yang dikemas dalam satu harga. Harga paket wisata selalu berubah-ubah sesuai dengan keinginan perusahaan perjalanan tersebut untuk mendapatkan keuntungan.

Suwantoro (1997) Paket wisata (*tour package*) adalah produk perjalanan yang dijual oleh suatu perusahaan biro perjalanan atau perusahaan transport yang bekerja sama dengannya dimana harga paket wisata tersebut telah mencakup biaya perjalanan, hotel, ataupun fasilitas lainnya.

Nuriata (2014) berpendapat paket wisata (*tour package*) diartikan sebagai suatu perjalanan wisata dengan satu atau beberapa tujuan kunjungan yang disusun dari beberapa, minimal dua, fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual sebagai harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen-komponen dari perjalanan wisata.

Paket wisata dapat dibagi atas yang biasa dilakukan berikut :

1. *Independent Tour*

Paket wisata ini biasa dikenal dengan istilah *minimum tour*, yaitu paket wisata yang disediakan untuk pelanggan yang melakukan perjalanan secara bebastanpa Biro Perjalanan Wisata (BPW) yang biasanya menjadi *guide* rombongan wisatawan. Untuk jumlah biaya yang dikeluarkan bergantung pada aktivitas yang dilakukan oleh yang

bersangkutan, terutama dalam memilih transportasi, hotel, serta keberangkatan yang diinginkan.

2. *Hosted Tour*

Paket wisata ini memanfaatkan pelayanan yang diberikan oleh kantor perwakilan BPW yang menjual paket wisata yang bertindak sebagai tuan rumah (*host*) dan terdapat sebuah DTW yang banyak dikunjungi wisatawan. Paket ini diselenggarakan setiap waktu sesuai permintaan pelanggan setiap hari, kapan waktu yang diinginkan, obyek wisata, makanan yang disukai dan dapat berhenti di suatu kota DTW.

3. *Escorted Tour*

Paket wisata jenis ini cocok sekali bagi yang melakukan perjalanan wisata untuk pertama kalinya ke luar negeri. Membeli paket *escorted tour*, hal ini akan mempermudah perjalanan wisata kita sebab BPW lebih mengetahui seluk beluk dari DTW tersebut baik penginapan, kendaraan yang akan digunakan, restoran serta obyek wisata yang diprioritaskan untuk dikunjungi. Paket *escorted tour* biaya yang dikenakan sudah termasuk tiket pulang-pergi, akomodasi hotel, kuliner, program perjalanan (*itinerary*) yang telah disusun untuk perjalanan wisata.

4. *Custom Tour*

Independent tour yang dirancang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Jenis tour ini direncanakan sebelumnya secara detail mengenai *tour itinerary* atau programnya, mulai dari keberangkatan sampai dengan pulang kembali nantinya.

5. *Excursion Tour*

Excursion tour yaitu tour yang dijual oleh Biro Perjalanan Wisata (BPW) atau *travel agent* dengan menggunakan bus atau taxi dengan tujuan *citysightseeing*, *local tour*, *one daytour* untuk perjalanan pulang-pergi dalam satu hari (kurang dari 24 jam) yang dipandu oleh seorang pramuwisata.

1.5.2 Penelitian Sebelumnya

Anggie Putri Anjani (2018) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Paket Wisata Danau Toba”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi permintaan paket wisata danau toba, mengetahui harapan dan kinerja dari faktor yang mempengaruhi permintaan paket wisata dan strategi arahan pemasaran wisata danau toba dalam meningkatkan permintaan paket wisata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, fasilitas layanan wisata, citra dan pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan paket wisata. Sedangkan variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan paket wisata.

Widya Candra Nugroho (2018) melakukan penelitian dengan judul “Penyusunan Paket Wisata Keluarga Kabupaten Rembang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik tiap obyek wisata di Kabupaten Rembang dan menyusun paket wisata untuk keluarga berdasarkan karakteristik obyek wisata di Kabupaten Rembang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis data sekunder dan Observasi. Hasil dari penelitian ini yaitu potensi obyek wisata yang terdiri dari potensi sedang, rendah dan tinggi sebagai acuan dalam mengetahui keunggulan dari karakteristik tiap obyek wisata dan susunan paket wisata yang berupa rute perjalanan yang ditentukan dengan pertimbangan jarak, arah, dan waktu tempuh dimana terdapat 3 paket wisata yaitu paket A dari terminal 1 arah barat, paket B dari arah timur dan paket C untuk paket keseluruhan obyek wisata di Kabupaten Rembang.

Widiana Nuki Pratiwi (2019) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Spasial Penyusunan Paket Wisata Berdasarkan Karakteristik dan Potensi Obyek Wisata Kabupaten Gunungkidul”. Tujuan

dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik potensi obyek wisata secara spasial di Kabupaten Gunungkidul dan menyusun paket wisata yang lebih menarik sesuai dengan karakteristik potensi wisata di Kabupaten Gunungkidul metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi lapangan dan analisis data sekunder. Hasil penelitian ini adalah potensi wisata Kabupaten Gunungkidul digunakan sebagai acuan dalam mengetahui karakteristik obyek wisata dan penyusunan paket wisata yang terbagi menjadi tiga paket yaitu paket A, B, dan C.

Tabel 1.2 Penelitian Sebelumnya

Nama peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
Anggie Putri Anjani (2018)	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Paket Wisata Danau Toba	bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi permintaan paket wisata danau toba, mengetahui harapan dan kinerja dari faktor yang mempengaruhi permintaan paket wisata dan strategi arahan pemasaran wisata danau toba dalam meningkatkan permintan paket wisata	Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi, fasilitas layanan wisata, citra dan pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan paket wisata. Sedangkan variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan paket wisata.
Widya Candra Nugroho (2018)	Penyusunan paket Wisata Keluarga Kabupaten Rembang Berdasarkan	1) Mengidentifikasi karakteristik tiap obyek wisata di Kabupaten Rembang	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data sekunder	1) Potensi obyek wisata yang terdiri dari potensi sedang, rendah dan tinggi sebagai acuan dalam mengetahui keunggulan dari karakteristik tiap

	Karakteristik Obyek Wisata Kabupaten Rembang	2) Menyusun paket wisata keluarga berdasarkan karakteristik di Kabupaten Rembang	dan Observasi lapangan	obyek wisata 2) Susunan paket wisata yang berupa rute perjalanan yang ditentukan dengan pertimbangan jarak, arah, dan waktu tempuh dimana terdapat tiga paket wisata yaitu paket A dari terminal 1 arah barat, paket B dari terminal 2 arah timur dan paket C untuk paket keseluruhan obyek wisata di Kabupaten Rembang.
Widiana Nuki Pratiwi (2019)	Analisis Spasial Penyusunan Paket Wisata Berdasarkan Karakteristik dan Potensi Obyek Wisata Kabupaten Gunungkidul	1).Mengetahui karakteristik potensi obyek wisata secara spasial di Kabupaten Gunungkidul 2)Menyusun paket wisata yang lebih menarik sesuai dengan karakteristik potensi wisata di Kabupaten Gunungkidul	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi lapangan dan analisis data sekunder.	1. Potensi wisata Kabupaten Gunungkidul digunakan sebagai acuan dalam mengetahui karakteristik obyek wisata 2. Penyusunan paket wisata dibagi menjadi tiga paket yaitu paket A, B, dan C

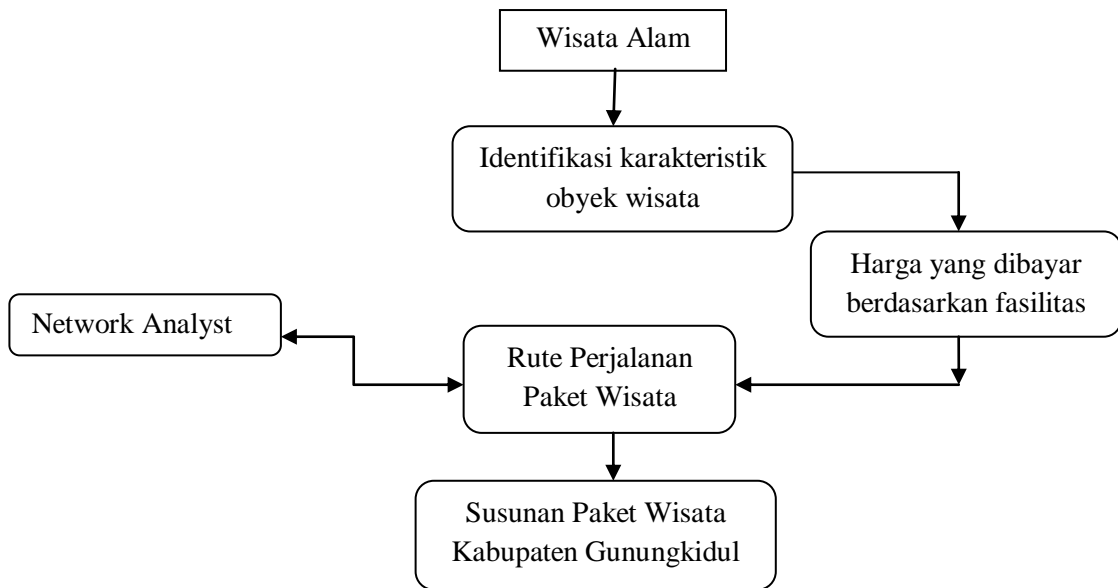
Sumber : Penulis, 2019

1.6 Kerangka Penelitian

Pengembangan sektor pariwisata sangat penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia serta meningkatkan pemerataan pembangunan daerah di sekitar daya tarik wisata. Indonesia mempunyai banyak potensi wisata diantaranya wisata budaya dan wisata alam. Wisata alam adalah bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami maupun yang telah di budidaya, sehingga dapat memperoleh kesegaran jasmani dan rohani.

Yogyakarta merupakan kota pariwisata, dimana terdapat tempat-tempat wisata yang memiliki daya tarik tersendiri untuk dikunjungi oleh wisatawan. Salah satunya yaitu daya tarik wisata alam di Kabupaten Gunungkidul yang mempunyai potensi yang besar diantaranya alam gua, bukit, pantai, air terjun, dan pegunungan. Akan tetapi potensi tersebut belum berkembang dikarenakan oleh adanya permasalahan sehingga menghambat proses pengembangan pariwisata Kabupaten Gunungkidul. Selain persoalan yang dipengaruhi faktor internal dan eksternal obyek wisata, seperti: kualitas obyek wisata, aksesibilitas, sarana penunjang, dan sarana pelengkap obyek yang belum baik dan juga belum tersedianya layanan paket wisata yang membuat permasalahan terhadap obyek wisata karena hanya sebagian obyek wisata yang dikunjungi oleh wisatawan dan berakibat beberapa obyek wisata sepi pengunjung. Maka dari itu perlu adanya pengkajian terhadap setiap variabel potensi internal dan eksternal untuk menyelesaikan permasalahan dan mendorong penyusunan paket wisata di Kabupaten Gunungkidul.

Penyusunan paket wisata diperlukan untuk mengembangkan jenis paket wisata yang lebih bervariasi melalui kajian terhadap komponen paket wisata yang terdiri dari Lokasi, Fasilitas, harga/tarif serta pelayanan wisata berdasarkan karakteristik obyek wisata. Network Analyst dengan jenis Route Analyst digunakan untuk menentukan rute optimal menuju banyak lokasi dalam sekali perjalanan dalam sebuah jaringan. Gambar 1.1 berikut merupakan diagram alir kerangka penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber : Penulis, 2019

1.7 Batasan Operasional

Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, pemerintah kabupaten/kota dan pengusaha (Sujali, 1989).

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara (Sujali, 1989).

Wisatawan adalah seorang atau kelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata disebut dengan wisatawan (*tourist*), jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah ataunegara yang dikunjungi (Gamal Suwanto, 1997).

Daya Tarik wisata, adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam,

budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata (RIPPARPROV,2012).

Potensi wisata adalah kondisi dari suatu daya tarik wisata yang terdiri dari berbagai hal yang mendukung keberadaan daya tarik wisata tersebut (Sujali, 1989).

Paket wisata (*tour package*) adalah produk perjalanan yang dijual oleh suatu perusahaan biro perjalanan atau perusahaan transport yang bekerja sama dengannya dimana harga paket wisata tersebut telah mencakup biaya perjalanan, hotel, ataupun fasilitas lainnya (Suwanto, 1997).