

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat diandalkan dalam pembangunan nasional karena pariwisata dapat meningkatkan pendapatan nasional dan pendapatan daerah serta devisa negara. Pariwisata juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran sekaligus menciptakan kesejahteraan masyarakat. Dalam realitanya, sektor pariwisata dijadikan sebagai alat untuk menormalkan kembali ekonomi yang kurang stabil. Untuk mendukung sektor pariwisata, maka diperlukan adanya partisipasi dari masyarakat dan keprofesionalan dari pihak pengelola pariwisata sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku. Di samping itu dengan adanya perhatian yang serius dari pemerintah terhadap kepariwisataan, maka usaha di bidang kepariwisataan di Indonesia diharapkan berkembang dengan baik.

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang memiliki kekayaan alam yang melimpah. Selain kekayaan alam, pesona alam Indonesia juga tidak kalah menakjubkan dengan negara lain dan membuat Indonesia menjadi salah satu negara yang menjadi destinasi wisata favorit para wisatawan mancanegara. Namun, masih banyak pesona alam Indonesia yang belum digali potensinya untuk dimanfaatkan sebagai destinasi wisata. Selain itu, pemerintah masih berfokus pada pembenahan daerah wisata yang sudah cukup dikenal para wisatawan.

Hal ini membuat daerah - daerah yang memiliki potensi wisata yang belum terlalu dikenal di kalangan masyarakat dan wisatawan kurang mendapat perhatian.

Danau Toba merupakan salah satu kekayaan alam Indonesia yang terdapat di Sumatera Utara dan merupakan salah satu destinasi wisata yang wajib dikunjungi apabila berada di Sumatera Utara. Sebagai salah satu keajaiban dunia, Danau Toba memiliki potensi wisata yang luar biasa. Danau terbesar di Asia Tenggara ini memiliki keindahan alam yang luar biasa dan keanekaragaman hayati yang melimpah. Danau Toba berada pada ketinggian antara 900 – 2.200 mdpl (BPS, 2013) dan kedalaman mencapai ± 500 m (LIPI,2018), dikelilingi oleh pegunungan serta dataran tinggi yang tersebar ditujuh kabupaten. Letak geografis tersebut menjadikan masyarakat di kawasan Danau Toba bermata pencarian dari hasil pertanian, peternakan dan dari hasil hutan.

Tujuh kabupaten yang mengelilingi Danau Toba yaitu Kabupaten Toba, Kabupaten Samosir, Kabupaten Simalungun, Kabupaten Humbang Hasundutan, Kabupaten Dairi, Kabupaten Tapanuli Utara dan Kabupaten Tanah Karo. Selain kekayaan alam yang melimpah, warisan budaya yang dimiliki oleh tujuh kabupaten yang mengelilingi Danau Toba juga sangat menarik untuk dibahas. Banyaknya potensi yang ada di dalamnya dapat digunakan untuk menaikkan taraf kehidupan demi kesejahteraan masyarakat melalui pariwisata.

Kota Parapat adalah Kota Pariwisata yang bersejarah dan sudah lama menjadi kota tujuan utama untuk berwisata ke Danau Toba. Kota Pariwisata ini terletak di perbatasan Kabupaten Simalungun dengan Kabupaten Toba. Kota ini sudah lama menjadi primadona pelancong-pelancong dari dalam negeri dan

internasional, karena kota ini memang sudah lama menjadi tujuan utama kunjungan ke Danau Toba dibanding beberapa daerah pesisir Danau Toba lainnya. Selain menjadi Kota tujuan utama untuk berwisata ke Danau Toba, kota ini pun merupakan kota penyebrangan menuju pulau Samosir melalui pelabuhan Tiga Raja dan pelabuhan Ajibata. Pariwisata merupakan sumber ekonomi utama kota ini, karena banyak masyarakat di kota Parapat menggantungkan hidupnya pada sektor ekonomi pariwisata; seperti Usaha kuliner, Usaha Souvenir, Usaha Kapal Motor, sampai Usaha Penginapan. Oleh karena itu, Pemerintah mencanangkan pembangunan Kota ini untuk mewujudkan program pembangunan Danau Toba sebagai “*Monaco of Asia*” dengan pembentukan suatu lembaga Badan Pelaksana Otorita Danau Toba yang disingkat dengan BPODT, dan secara khusus masuk dalam program Kawasan Strategis Pariwisata Nasional di nomor urut 6 pada tabel “88 daftar Kawasan Strategis Pariwisata Nasional” pada “Lampiran III Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional tahun 2010 – 2025”. Menteri PUPR Basuki Hadimujono mengatakan pada tahun 2020 telah mengalokasikan anggaran pembangunan infrastruktur untuk pengembangan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional Danau Toba Sebesar Rp 1,33 trilliun.

Berdasarkan uraian di atas peneliti ingin mengetahui bagaimana perkembangan bisnis pariwisata di daerah sekitar Danau Toba dengan adanya proses pembangunan berskala internasional di Danau Toba, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Perkembangan Bisnis Pariwisata Di Kota

Parapat ditinjau dari perspektif Pembangunan Danau Toba Sebagai “*Monaco Of Asia*”.”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana perkembangan bisnis pariwisata di Kota Parapat ditinjau dari perspektif pembangunan Danau Toba Sebagai “*Monaco Of Asia*”?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan bisnis pariwisata di kota Parapat ditinjau dari perspektif pembangunan Danau Toba Sebagai “*Monaco Of Asia*”.

Pembatasan masalah suatu penelitian diperlukan agar pembahasan tidak meluas dan hasil penelitian sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu pembatasan masalah pada penelitian ini adalah sebatas menganalisa perkembangan bisnis pariwisata di Kota Parapat terhadap kebijakan pembangunan berkelas internasional di area Danau Toba untuk mewujudkan Danau Toba sebagai “*Monaco of Asia*”.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat merupakan suatu yang diharapkan ataupun yang didapatkan ketika penelitian telah selesai dilakukan. Penelitian ini yang diharapkan dapat memberi manfaat bagi :

1. Peneliti : Melalui penelitian ini penulis dapat memperoleh wawasan dan pengetahuan baru serta memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan gelar sarjana di perkuliahan
2. Pemerintah : Bagi pemerintah daerah dan instansi yang terkait yang berada di kota Parapat dan daerah sekitaran Danau Toba, dapat menjadi bahan rujukan dalam pengembangan sektor pariwisata di kota Parapat dan daerah sekitaran Danau Toba.
3. Masyarakat : Diharapkan sebagai bahan informasi yang dapat dijadikan sebagai wawasan ilmu pengetahuan bagi setiap lapisan masyarakat yang terlibat langsung dalam industri pariwisata Danau Toba terkhusus Kota Parapat.
4. Akademisi : Dapat menjadi tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya. Dan sebagai bahan kajian terutama mengenai perkembangan bisnis pariwisata.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Secara etimologis pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu “Pari” dan “Wisata”. “Pari” berarti berulang-ulang atau berputar-putar, sedangkan “Wisata” berarti perjalanan atau kegiatan berpergian dari satu tempat ke tempat lain. Jadi pengertian pariwisata ialah kegiatan berpergian atau perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang. Menurut Undang-undang no 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah (pasal 1 ayat 3). 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 jangka waktu sementara.(pasal 1 ayat 3) Pariwisata adalah kegiatan berpergian dari satu tempat ke tempat lain dalam kurun waktu tertentu untuk tujuan tamasya dan rekreasi dalam memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Pariwisata menurut Ismayanti dalam Pengantar Pariwisata(2018: 1) adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha.

Berdasarkan pengertian ini dapat dipahami bahwa adanya wisatawan yang berkunjung membuat aktivitas pemerintah daerah, swasta dan anggota masyarakat di daerah tujuan wisata menjadi bertambah. Pemerintah melalui jalur birokrasinya mengatur kedatangan dan kepulangan wisatawan. Swasta berperan dalam menyediakan tempat penginapan (hotel), hiburan (diskotik dan karaoke), dan penyedia kuliner (restoran). Sementara itu masyarakat setempat berperan sebagai pemandu perjalanan (guide) dan menyediakan barang-barang cenderamata (Souvenir).

2.1.2 Bentuk-bentuk Pariwisata

World Tourism Organization (2012) membedakan wisatawan menjadi dua berdasarkan wilayah perjalanannya, yaitu :

- a. *Domestic Tourism. Domestic tourism involves trips made by local residents within their own countries.* Jadi, Wisatawan yang terlibat dalam “*domestic tourism*” ini disebut sebagai wisatawan lokal yang melakukan perjalanan atau liburan didalam negeri.
- b. *International Tourism. International tourism involves trips between 2 countries. To a certain country, visits by residents of that country ro another country is her outbound tourism; visits to that country by residents of another country is her inbound tourism.* Jadi, wisatawan yang terlibat dalam

“*international tourism*” ini disebut sebagai wisatawan mancanegara, yang melakukan perjalanan atau liburan dari satu Negara ke Negara lain.

2.1.3 Sifat dan Ciri Pariwisata

Menurut Ismayanti(2018: 15) ada beberapa Sifat dan ciri Pariwisata yaitu:

A. Sifat dari Pariwisata

a. Perpaduan Sifat Fana(*intangible*) dengan Sifat Berwujud(*Tangible*)

Pada intinya, apa yang ditawarkan di industry pariwisata adalah sesuatu yang tidak berbentuk dan tidak berbentuk dan tidak dapat dibawa untuk ditunjukkan kepada orang lain. Namun, sarana dan prasarana yang digunakan untuk memberikan kenyamanan yang ditawarkan dapat dikatakan sebagai sesuatu yang berwujud. Kombinasi keduanya menjadi unik dan menjadi tidak mudah diukur meskipun standarisasi pelayanan telah ditetapkan. Setiap konsumen yang hendak membeli akan perlu bantuan pihak ketiga. Alternatif lain adalah dengan bergantung pada pengalaman orang lain dan reputasi atau ciri dari penyedia jasa.

b. Sifat Tak Terpisahkan(*Inseparable*)

Kegiatan wisata membutuhkan interaksi antara Wisatawan sebagai pengguna jasa dan tuan rumah sebagai penyedia jasa, bahkan partisipasi konsumen dalam setiap produk yang ditawarkan menjadi hal yang sangat penting. Antara wisatawan dan tuan rumah, antara tamu dan pelayan, antara pengunjung dan pemandu wisata, keduanya tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan wisata.

Keduanya harus bertemu dan melakukan kontak sosial. Wisatawan harus secara aktif memberikan kontribusi kepada penyedia jasa agar apa yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan. Sifat yang tidak dapat dipisahkan juga bermakna bahwa setiap transaksi antara penyedia jasa seperti hotel dengan konsumen, yakni tamu harus dilakukan pada saat yang sama atau *consume-in situ*. Segala yang ditawarkan di industri pariwisata harus dikonsumsi di lokasi ketika produk diproduksi dan dihasilkan. Sebagai contoh, wisatawan akan bias menikmati kehangatan matahari, kalau ia datang ke pantai yang diminati.

c. Keatsiran(*Volatility*)

Pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa dipengaruhi banyak faktor, seperti pribadi, sosio-budaya, pengetahuan dan pengalaman. Ada faktor yang secara eksternal mempengaruhi dan ada faktor yang secara internal mempengaruhi. Akibat dari banyaknya hal yang mempengaruhi, pelayanan terhadap wisatawan mudah menguap atau berubah sehingga penyedia jasa harus secara rutin dan aktif berinovasi memperbaharui tawaran jasa wisata kepada wisatawan.

d. Keragaman

Bentuk pelayanan di industri pariwisata cukup sulit untuk distandarisasikan. Setiap wisatawan ingin selalu dipenuhi kebutuhannya digeneralisasikan atau disamaratakan dengan

kebutuhan orang lain. Setiap wisatawan ingin diperlakukan sebagai pribadi-pribadi yang beragam. Setiap wisatawan memiliki preferensi terhadap apa yang diinginkan dan dibutuhkan. Ia memiliki pengharapan yang beragam sehingga penyedia jasa perlu memahami latar belakang kebutuhan dan keinginan setiap wisatawan yang bersumber dari pengalaman masa lampau, pendapat orang lain, lingkungan, standard dan nilai, serta faktor lain.

e. Sifat Rapuh(*perishable*)

Jasa adalah sesuatu yang fana, tetapi dapat memberikan pengalaman menyenangkan dan perasaan puas. Pelayanan hari esok tentunya berbeda dan akan lebih baik dari hari kemarin sehingga harus diproduksi dan dikonsumsi secara simultan. Sifat rapuh merujuk pada jasa yang ditawarkan dalam pariwisata yang tidak dapat disimpan untuk dikonsumsi di kemudian hari.

f. Musiman(*seasonality*)

Musiman merupakan sifat yang paling unik dari kegiatan manusia yang dinamis. Adakalanya pariwisata mengalami musim ramai ketika jumlah orang yang melakukan perjalanan mencapai titik puncak, adakalanya pula tidak seorangpun melakukan perjalanan wisata. Kondisi ini menyebabkan pengusaha pariwisata harus terus-menerus melakukan inovasi dan memunculkan ide kreatif agar pendapatan usaha tetap meningkat.

g. Tak Bertuan(*no-ownership*)

Wisatawan adalah pembeli. Namun, uniknya ia tidak dapat memiliki apa yang telah ia beli dan bayarkan. Seorang wisatawan yang membeli tiket pesawat berhak menduduki kursi pesawat agar sampai ke daerah tujuan yang diinginkan, tetapi ia tidak berhak untuk memiliki kursi tersebut sebagai bukti transaksi pembelian.

B. Ciri Pariwisata :

a. Sarat Dimensi Manusia

Manusia sebagai pelaku utama dalam pariwisata. Ia bisa berperan dalam banyak hal. Ada wisatawan yang secara individu bertindak sebagai inisiator atau pencetus ide perjalanan, ada yang berperan sebagai pembeli, sebagai pengguna, sebagai pembuat keputusan, dan sebagai provokator dalam arti positif. Namun, adakalanya wisatawan dalam kelompok bertindak sebagai penilai dan mengesahkan. Inilah yang menjadikan keunikan wisata.

b. Pembedaan antara konsumen dan pelanggan dalam pelayanan

Dalam pariwisata, dilakukan diskriminasi antara konsumen dan pelanggan karena hal ini berdampak pada proses pelayanan yang diberikan. Tentu setiap penyedia jasa cenderung mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya karena loyalitas yang tidak perlu diragukan.

Kebutuhan loyalitas untuk menjaga konsumen agar tetap menggunakan jasa yang ditawarkan, sekaligus menjadi keunggulan

persaingan. Hampir setiap bisnis wisata mengupayakan beragam program agar tamu yang datang menjadi tamu setia.

c. Partisipasi aktif konsumen

Keberadaan konsumen adalah penting karena tingginya interaksi antara pengguna jasa dan penyedia jasa, antara hotel dan tamu, antara turis dan pemandu wisata, antara wisatawan dan pramugari

2.1.4 Jenis-jenis Pariwisata

Wisata berdasarkan jenis-jenisnya dapat dibagi ke dalam dua kategori (Suryadana dan Octavia, 2020:26), yaitu:

1. Wisata Alam, yang terdiri dari:
 - 1) Wisata Pantai, merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
 - 2) Wisata Etnik, merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
 - 3) Wisata Cagar Alam, merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.
 - 4) Wisata Buru, merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang

dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.

5) Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan lading pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.

2. Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari:

1) Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monument nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas pertempuran yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak Negara.

2) Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.

2.1.5 Produk Pariwisata

A. Definisi Produksi Pariwisata

Produk Pariwisata menurut Suryadana & Octavia (2020: 38)

Merupakan yang nyata (*tangible product*) dan tidak nyata (*intangible*)

product), dikemas dalam suatu kesatuan rangkaian perjalanan yang hanya dapat dinikmati, apabila seluruh rangkaian perjalanan tersebut dapat memberikan pengalaman yang baik bagi orang yang melakukan perjalanan atau yang menggunakan produk tersebut sehingga bentuk dari produk pariwisata itu pada hakekatnya adalah tidak nyata, karena dalam suatu rangkaian perjalanan terdapat berbagai macam unsur yang saling melengkapi, tergantung pada jenis perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan.

Misalnya wisatawan akan melakukan perjalanan ke pegunungan dengan tujuan menikmati keindahan hutan dan alam yang hijau disekitar pegunungan tersebut, wisatawan tentunya membutuhkan fasilitas penunjang, seperti: Mobil Off-road untuk melalui medan ekstrim yang terjal dan berlumpur menuju pegunungan, fasilitas transportasi yang membawa mereka dari Rumah ke Pedesaan yang ada di pegunungan yang dituju, dan setibanya di lokasi wisatawan membutuhkan fasilitas akomodasi dilengkapi dengan makan dan minum selama berada di pedesaan itu, serta tentunya pemandu wisata di daerah pegunungan tersebut.

Dengan demikian, berdasarkan ilustrasi di atas jelas bahwa rangkaian perjalanan wisatawan ke pegunungan butuh komponen produk pariwisata secara holistik dan tidak bisa berdiri sendiri-sendiri, yang berarti bahwa fasilitas penunjang, transportasi, akomodasi, makan dan minum serta pemandu wisata pegunungan dan bahkan atraksi budaya

di pedesaan pegunungan tersebut merupakan satu kesatuan yang saling mengikat dan melengkapi untuk tujuan menciptakan kepuasan pengalaman rekreasi bagi wisatawan.

B. Komponen Produk Pariwisata

Suryadana & Octavia dalam “Pengantar Pemasaran Pariwisata” (2020: 41) membagi Komponen Produk Pariwisata menjadi 4 Komponen yaitu:

a. Daya Tarik Wisata (*Attractions*)

Dalam kegiatan wisata, ada pergerakan manusia dari tempat tinggalnya menuju ke destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata, merupakan kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrative yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Setiap destinasi pariwisata memiliki daya tarik berbeda-beda sesuai dengan kemampuan atau potensi yang dimiliki. Dibawah ini adalah jenis daya tarik wisata yang biasanya ditampilkan didestinas pariwisata :

1. Daya tarik wisata alam (*natural tourist attractions*), segala benyuk daya tarik yang dimiliki oleh alam.
2. Daya tarik wisata buatan manusia (*man-made tourist attractions*), meliputi : daya tarik wisata budaya (*cultural tourist attractions*), misalnya : tarian, wayang, upacara adat,

lagu, upacara ritual dan daya tarik wisata yang merupakan hasil karya cipta, misalnya : bangunan seni, seni pahat, ikir lukis.

b. Fasilitas dan Pelayanan Wisata (*Amenities*)

Disamping daya tarik, wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang perjalanan tersebut, perlu disediakan bermacam-macam fasilitas, mulai dari pemenuhan kebutuhan sejak berangkat dari tempat tinggal wisatawan selama berada didestinasinya pariwisata dan kembali ketempat semula.

Komponen fasilitas dan pelayanan perjalanan biasanya terdiri dari unsur alat transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas makan, dan minum dan fasilitas penunjang lainnya yang bersifat spesifik dan disesuaikan dengan kebutuhan perjalanan.

c. Kemudahan untuk mencapai destinasi wisata (*Accessibility*)

Aksesibilitas dalam pariwisata berkenaan dengan tingkat kemudahan seorang wisatawan mencapai suatu objek wisata. Aksesibilitas penting diperhatikan, mengingat aspek tersebut bisa memberikan pengaruh yang besar bagi para wisatawan.

Beberapa hal yang mempengaruhi aksesibilitas suatu tempat adalah kondisi jalan, tarif angkutan jenis kendaraan, jaringan transportasi, jarak tempuh dan waktu tempuh. Semakin baik aksesibilitas suatu objek, wisatawan yang berkunjung dapat semakin banyak jumlahnya. Sebaliknya, jika aksesibilitas kurang baik,

wisatawan akan merasakan hambatan dalam kunjungan yang dilakukannya dalam berwisata.

d. Keramahtamahan (*Hospitality*)

Destinasi wisata dapat menyebabkan munculnya perasaan wisatawan terhadap kebutuhan yang berkaitan dengan keramahtamahan melalui seseorang atau sesuatu, seperti yang ditulis oleh Robert Christie Mill : *“The hospitality of on area is the general feeling of welcome that tourists receive while visiting thye area. People do not want to go where the do not feel welcome”*.

2.1.6 Pemangku Kepentingan dalam Pariwisata

Menurut Ismayanti(2018: 21), Banyak Negara sangat bergantung pada industry pariwisata ini sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk banyak pihak yang secara langsung atau secara tidak langsung menjual jasa kepada wisatawan. Kepariwisataan bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
- b. Menghapus kemiskinan;
- c. Mengatasi pengangguran;
- d. Meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- e. Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
- f. Memajukan kebudayaan;
- g. Mengangkat citra bangsa;
- h. Memupuk rasa cinta Tanah Air;
- i. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; dan

j. Mempererat persahabatan antarbangsa.

Manfaat-manfaat yang didapatkan dari industri pariwisata dirasakan oleh para pemandu kepentingan yang terdiri atas pemerintah pusat, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat sebagai wisatawan dan sebagai tuan rumah. Masing-masing pihak terkait memiliki peran-peran dalam menjalankan roda industri.

A. Peran Pemerintah pusat dan Pemerintah daerah :

- a. Menyediakan informasi kepariwisataan, perlindungan hukum, keamanan dan keselamatan kepada wisatawan;
- b. Menciptakan iklim yang kondusif untuk perkembangan usaha pariwisata yang meliputi terbukanya kesempatan yang sama dalam berusaha, fasilitasi, dan kepastian hukum;
- c. Memelihara, mengembangkan dan melestarikan aset-aset nasional yang menjadi daya tarik wisata dan aset-aset potensial yang belum tergali; dan
- d. Mengawasi dan mengendalikan kegiatan kepariwisataan dalam rangka mencegah dan menanggulangi berbagai dampak negatif bagi masyarakat luas.

B. Peran Pengusaha pariwisata :

1. Menjaga dan menghormati norma Agama, Adat istiadat, Budaya, dan Nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat setempat;
2. Memberikan informasi yang akurat dan bertanggung jawab;
3. Memberikan pelayanan yang tidak diskriminatif;

4. Memberikan kenyamanan, keramahan, perlindungan, keamanan dan keselamatan wisatawan;
5. Memberikan perlindungan asuransi pada usaha pariwisata yang berisiko tinggi;
6. Mengembangkan kemitraan dengan usaha mikro dan kecil serta koperasi setempat yang saling memerlukan, memperkuat, dan menguntungkan;
7. Mengutamakan penggunaan produk masyarakat setempat dan produk dalam negeri serta memberikan kesempatan kepada tenaga kerja lokal;
8. Meningkatkan kompetensi tenaga kerja melalui pelatihan dan pendidikan;
9. Berperan aktif dalam upaya pengembangan prasarana dan program pemberdayaan masyarakat;
10. Berpartisipasi mencegah segala bentuk perbuatan yang melanggar kesusilaan dan kegiatan yang melanggar hukum di lingkungan tempat usaha;
11. Memelihara lingkungan yang sehat, bersih, dan asri;
12. Memelihara kelestarian lingkungan alam dan budaya;
13. Menjaga citra bagi Negara dan bangsa Indonesia melalui kegiatan usaha kepariwisataan secara bertanggung jawab; dan
14. Menerapkan standard usaha dan standard kompetensi yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan.

C. Peran masyarakat yang menjadi Wisatawan

- a. Menjaga dan menghormati norma agama, adat istiadat, budaya dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat setempat;
- b. Memelihara dan melestarikan lingkungan;
- c. Turut serta menjaga ketertiban dan keamanan lingkungan; dan
- d. Berpartisipasi mencegah segala bentuk perbuatan yang melanggar kesusilaan dan kegiatan yang melanggar hukum.

2.1.7 Pembangunan Daerah Pariwisata

Pembangunan Pariwisata tidak terlepas dari Pembangunan Daerah, oleh sebab itu sangat diperlukan suatu program pembangunan di daerah untuk memacu dan mendorong perkembangan industri pariwisata yang memakmurkan dan berkelanjutan. Berikut pemaparan mengenai Pembangunan Daerah Pariwisata.

1. Pembangunan

Pembangunan menurut Mahi dan Trigunarso(2017: 29) adalah upaya berkesinambungan menciptakan keadaan yang dapat menyediakan lebih banyak alternatif yang sah (*valid*) bagi setiap warga Negara untuk mencapai aspirasinya yang paling humanistik. Pada umumnya, aspirasi yang paling humanistik tersebut dinyatakan sebagai peningkatan kesejahteraan masyarakat (*society welfare*). Secara umum tujuan pembangunan adalah mewujudkan bangsa yang maju, mandiri, dan sejahtera lahir batin, sebagai landasan bagi tahap pembangunan berikutnya.

2. Pendekatan Pembangunan Berkelanjutan

Menurut Mahi dan Trigunarsono(2017: 38) Secara ideal pembangunan keberlanjutan membutuhkan pendekatan pencapaian terhadap keberlanjutan ataupun kesinambungan berbagai aspek kehidupan yang mencakup; keberlanjutan ekologis, ekonomi, sosial budaya, politik, serta keberlanjutan pertahanan dan keamanan.

a. Keberlanjutan Ekologis

Untuk menjamin keberlanjutan ekologis diupayakan dengan cara: (a) memelihara integritas tatanan lingkungan; (b) memelihara keanekaragaman hayati.

b. Keberlanjutan Ekonomi Makro

Tiga elemen utama untuk keberlanjutan ekonomi makro yaitu efisiensi ekonomi, kesejahteraan ekonomi yang berkesinambungan, dan meningkatkan pemerataan dan distribusi kemakmuran. Hal tersebut dapat dicapai melalui kebijaksanaan makro ekonomi mencakup reformasi fiskal, meningkatkan efisiensi sektor publik, mobilisasi tabungan domestik, pengelolaan nilai tukar, reformasi kelembagaan, kekuatan pasar yang tepat guna, ukuran sosial untuk pengembangan sumber daya manusia dan peningkatan distribusi pendapatan dan aset.

c. Keberlanjutan Ekonomi Sektoral

Untuk mencapai keberlanjutan ekonomi sektoral, berbagai kasus dilakukan terhadap kegiatan ekonomi. Pertama, sumber daya alam

yang nilai ekonominya dapat dihitung harus diperlakukan sebagai kapital yang tangible dalam kerangka akunting ekonomi, kedua, secara prinsip harga sumber daya alam harus merefleksi biaya ekstaksi, ditambah biaya lingkungan dan biaya pemanfaatannya.

d. Keberlanjutan Sosial Budaya

Secara menyeluruh keberlanjutan sosial dan budaya dinyatakan dalam keadilan sosial, harga diri manusia dan peningkatan kualitas hidup seluruh manusia. Keberlanjutan sosial dan budaya mempunyai empat sasaran, yaitu:

-Stabilitas penduduk yang pelaksanaannya mensyaratkan komitmen politik yang kuat, kesadaran dan partisipasi masyarakat, memperkuat peranan dan status wanita, meningkatkan kualitas, efektivitas dan lingkungan keluarga.

-Memenuhi kebutuhan dasar manusia, dengan memerangi kemiskinan dan mengurangi kemiskinan absolut.

-Mempertahankan keanekaragaman budaya, dengan mengakui dan menghargai sistem sosial dan kebudayaan seluruh bangsa, dan dengan memahami dan menggunakan pengetahuan tradisional demi manfaat masyarakat dan pembangunan ekonomi.

-Mendorong partisipasi masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan.

e. Keberlanjutan Politik

Keberlanjutan politik diarahkan pada respek pada human right, kebebasan individu dan sosial untuk berpartisipasi di bidang ekonomi, sosial dan politik, demokrasi yang dilaksanakan perlu memperhatikan proses demokrasi yang transparan dan bertanggungjawab, kepastian ketersediaan pangan, air, dan pemukiman.

f. Keberlanjutan Pertahanan dan Keamanan.

Keberlanjutan keamanan seperti menghadapi dan mengatasi tantangan, ancaman dan gangguan baik dari dalam dan luar yang langsung dan tidak langsung yang dapat membahayakan integritas, identitas, kelangsungan negara dan bangsa perlu diperhatikan.

3. Perlunya Perencanaan dalam Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata

Menurut Ridwan (2019: 15) Melakukan perencanaan pengembangan pariwisata atau daerah tujuan pariwisata merupakan hal yang sangat penting dan diperlukan, karena demi mencapai keberhasilan atau kesuksesan dari pada pembangunan pariwisata atau daerah tujuan pariwisata tersebut. Selain dari pada itu, bahwa secara umum diperlukannya suatu perencanaan dalam pengembangan pariwisata atau daerah tujuan pariwisata yaitu sebagai berikut:

1. Kegiatan pariwisata dapat menimbulkan dampak positif dan negatif. Oleh karena itu untuk mengoptimalkan dampak positif atau

manfaat positif dari pada kegiatan pariwisata dan mengurangi berbagai dampak negatif, maka diperlukan suatu perencanaan yang baik dalam pengembangan suatu daerah tujuan pariwisata.

2. Perlunya perencanaan dalam pengembangan daerah tujuan pariwisata, hal ini dikarenakan selalu adanya pergeseran dan perubahan-perubahan dari pada permintaan pasar wisatawan baik saat ini maupun akan datang. 3. Perlunya perencanaan dalam pengembangan daerah tujuan pariwisata, supaya kemajuan dan perkembangan pariwisata di daerah tujuan pariwisata sesuai dengan tujuan atau harapan yang diinginkan dalam mencapai sasaran, baik dari aspek ekonomi, sosial budaya serta lingkungan alam (ekologi).

4. Pariwisata merupakan multi sektor, multi disiplin ilmu, dan melibatkan berbagai macam pelaku pariwisata dan industri serta unsur lainnya yang mendukung kegiatan pariwisata. Maka itu diperlukan suatu perencanaan yang baik dalam pengembangan daerah tujuan pariwisata, supaya semua unsur-unsur dalam kegiatan pariwisata tersebut dapat diorganisasikan secara terkonsep dan sistematis sehingga pengembangan daerah tujuan pariwisata sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

2.1.8 Ekowisata

Menurut John Kuster(dalam Sugiarto, 2021 : 33) Ekowisata berarti pariwisata yang pada prinsipnya didasarkan pada sumber daya alam dan arkeologi / sejarah seperti burung dan lainnya satwa liar, kawasan

berpemandangan indah, terumbu karang, gua, situs fosil, situs arkeologi, lahan basah, dan kawasan spesies langka atau terancam punah. Ini berbeda dari pariwisata massal berdasarkan atraksi buatan manusia seperti klub malam, restoran, toko, taman hiburan, klub tenis, dll. Atau sebagian buatan manusia seperti hotel tepi pantai dan terkait pantai terawat.

Dari definisi yang diungkapkan Kuster di atas jelas terlihat bahwa ekowisata terutama dilakukan di kawasan alam, peninggalan arkeologis/sejarah, tempat-tempat perlindungan burung dan satwa liar, tempat-tempat dengan keindahan panoramik, terumbu karang, goa, situs-situs fosil, peninggalan-peninggalan arkeologis, daerah rawa, dan tempat yang menjadi habitat satwa langka atau yang terancam punah. Dari definisi tersebut juga terlihat bahwa Kuster membedakan ekowisata dengan pariwisata massal yang didasarkan atas daya tarik ciptaan manusia (seperti tempat hiburan malam, restoran, toko, taman hiburan, lapangan tenis, dan sebagainya) atau didasarkan atas daya tarik yang sebagian diciptakan manusia (seperti hotel di tepi pantai atau daerah-daerah pantai yang telah direkayasa).

Definisi ekowisata juga diperkenalkan oleh The International Ecotourism Society (dalam Ahman Sya 2021 : 12), menyebutkan ekowisata sebagai suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat. The International Ecotourism Society's definition, "*Ecotourism is responsible travel to natural areas which conserves the environment and improves the welfare of local people,*"

is simple, elegant, can be applied to subsets of nature, cultural, or adventure tourism, and reflects the evolution of an ethical overlay”.

Sementara Honey (dalam Ahman Sya 2021 : 13) mendeskripsikan ekowisata sebagai perjalanan ke tempat asli yang biasanya merupakan area yang dilindungi yang diusahakan memiliki dampak yang rendah dan biasanya berskala kecil. Hal ini membantu dalam mengedukasi wisatawan; menyediakan dana untuk konservasi; memberikan dampak langsung pada perekonomian lokal; menumbuhkan penghargaan bagi perbedaan kultur dan hak asasi manusia. Masyarakat Ekowisata Internasional mengartikan ekowisata sebagai suatu perjalanan wisata alam yang bertanggung jawab dengan cara mengkonservasi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Sedangkan Janianton dan Helmut menyatakan bahwa ekowisata merupakan bentuk wisata yang mengadopsi prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan. Dari berbagai definisi tersebut terdapat tiga perspektif utama dalam melihat ekowisata, yaitu ekowisata sebagai produk, ekowisata sebagai pasar, dan ekowisata sebagai pendekatan pengembangan.

Ekowisata sebagai produk merupakan semua atraksi yang berbasis pada sumberdaya alam. Ekowisata sebagai pasar merupakan perjalanan yang diarahkan pada upaya-upaya pelestarian lingkungan. Ekowisata sebagai pendekatan pengembangan merupakan metode pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya pariwisata secara ramah lingkungan. Artinya kegiatan ekowisata ini menekankan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal dan pelestarian lingkungan yang menjadi ciri khas dari

ekowisata. Dapat disimpulkan bahwa ekowisata merupakan bentuk pengelolaan pariwisata berbasis lingkungan yang memberikan dampak kecil bagi kerusakan alam dan budaya lokal sekaligus menciptakan peluang kerja dan pendapatan serta membantu kegiatan konservasi alam itu sendiri.

Dalam Deklarasi Quebec 2002 (dalam Ahman Sya 2021 : 14) disebutkan secara spesifik menyebutkan bahwa ekowisata merupakan suatu bentuk wisata yang mengadopsi prinsip-prinsip ekowisata berkelanjutan yang membedakannya dengan bentuk wisata lain. Dalam prakteknya hal ini terlihat dari kegiatan wisata sebagai berikut:

1. Secara aktif menyumbang kegiatan konservasi alam dan budaya;
2. Melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan, pengembangan, dan pengelolaan wisata serta memberikan sumbangan positif terhadap kesejahteraan mereka; dan
3. Dilakukan dalam bentuk wisata independen atau diorganisasi dalam bentuk kelompok kecil.

Ekowisata merupakan bentuk wisata yang terinspirasi terutama oleh sejarah alam dari suatu wilayah, termasuk budaya yang terdapat di sana. Pengunjung (ekowisatawan) pada umumnya mengunjungi area yang relatif belum berkembang untuk mengapresiasi, berpartisipasi dan meningkatkan kepekaan. Para wisatawan menerapkan penggunaan non konsumtif dari berbagai bentuk sumber daya alam yang ada, dan berkontribusi secara finansial untuk memberikan manfaat secara langsung

kepada situs konservasi dan kesejahteraan ekonomi penduduk setempat (Conservation International).

Konsep ekowisata di dunia pertamakali diperkenalkan oleh pakar ekowisata yang telah lama menggeluti perjalanan alam, yakni Hector Ceballos dan Lascurain 1987. Kemudian, The Ecotourism Society pada 1993 menyempurnakan konsep ekowisata dengan mendefinisikan sebagai suatu perjalanan bertanggung jawab pada lingkungan alami yang mendukung konservasi dan meningkatkan kesejahteraan penduduk setempat.

Ekowisata didefinisikan The International Ecotourism Society (TIES) 2000 seperti dikutip Damanik dan Weber (dalam Ahman Sya 2021 : 15) sebagai perjalanan wisata alam yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Pola ekowisata berbasis masyarakat mengakui hak masyarakat lokal dalam mengelola kegiatan wisata di kawasan yang mereka miliki secara adat ataupun sebagai pengelola. Istilah "ekowisata" dapat diartikan sebagai perjalanan oleh seorang turis ke daerah terpencil dengan tujuan menikmati dan mempelajari mengenai alam, sejarah dan budaya di suatu daerah, di mana pola wisatanya membantu ekonomi masyarakat lokal dan mendukung pelestarian alam. Para pelaku dan pakar di bidang ekowisata sepakat untuk menekankan bahwa pola ekowisata sebaiknya meminimalkan dampak yang negatif terhadap lingkungan dan budaya setempat dan mampu meningkatkan pendapatan ekonomi bagi masyarakat setempat dan nilai konservasi.

Menurut Sedarmayanti (dalam Ahman Sya 2021 : 15) kegiatan ekowisata yang banyak menarik minat wisatawan telah memberikan sumbangan devisa untuk negara dan juga telah membuka kesempatan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Masyarakat tidak saja mendapatkan pekerjaan dan peningkatan pendapatan, tetapi juga dapat menciptakan suatu lapangan pekerjaan baru yang menunjang kegiatan pariwisata.

2.2 Penelitian Terdahulu

1. Boy Ture Sitanggang (2018) melakukan penelitian berjudul, “Dampak Pembangunan Pariwisata terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat di Desa Hutabolon Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir”. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa :
 - a. Peluang Usaha Masyarakat berada dalam kategori yang tinggi. Lama usaha para pelaku usaha berada dalam kategori tinggi (8 – 12 tahun) yaitu sebanyak 55%. Para pelaku usaha mengalami perkembangan modal sebanyak 75%. Tapi masih banyak kendala yang menjadi tugas bagi para pelaku usaha. Berdasarkan testimoni para pengunjung yang menjadi sample dalam penelitian ini memperkuat data untuk mengetahui peluang usaha masyarakat. Para pengunjung mengatakan memiliki keinginan untuk berkunjung kembali yaitu sebanyak 76%. Pengunjung juga berasal dari daerah yang berbeda-beda. Harga yang terdapat di objek wisata Pantai Pasir Putih Parbaba menurut 64% pengunjung berada dalam kategori standard wisata.

- b. Pendapatan masyarakat pelaku usaha berada pada tingkat sedang sampai tingkat sangat tinggi berdasarkan kategori yang dibuat oleh Badan Pusat Statistik. Peningkatan pendapatan para pelaku usaha terjadi pada musim liburan. Dan peningkatan pendapatnya musim liburan paling banyak dalam kategori rendah (1.000.000 – 25.700.000) yakni sebanyak 76%.
 - c. Penyerapan tenaga kerja di Pantai Pasir Putih Parbaba mampu mengurangi pengangguran di desa Hutabolon. Namun kualitas tenaga kerja yang tersedia juga masih rendah. Jenis usaha yang paling banyak menyerap tenaga kerja adalah jenis usaha hotel sebanyak 10 orang dan permainan air sebanyak 16 orang. Perlu diadakan pendidikan dan atau pelatihan kepada para tenaga kerja. Keberadaan tenaga kerja di desa Hutabolon memang tidak banyak. Sehingga banyak juga pelaku usaha mengambil tenaga kerja dari luar desa Hutabolon. Tingkat upah para tenaga kerja kebanyakan masih dalam kategori rendah.
2. Grace Rotua Mariani S (2017) melakukan penelitian berjudul, “Analisa Perkembangan Bisnis Pariwisata di Kabupaten Toba Samosir dengan adanya Pembangunan “Danau Toba sebagai Monaco Of Asia”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa :
- a. Pembangunan Danau Toba sebagai Monaco of Asia bukan berarti menjadikan kawasan Danau Toba seperti negara Monako. Monaco of Asia lebih kepada istilah dan penyemangat kepada masyarakat maupun pemerintah agar dapat menyaingi negara Monako karena kawasan

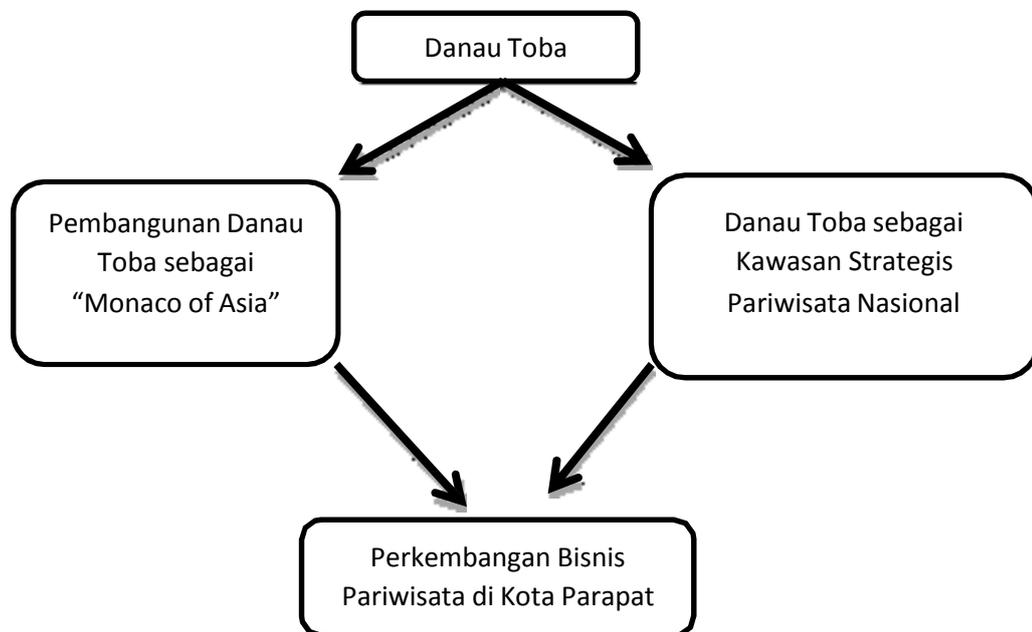
Danau Toba memiliki kondisi geografis yang hampir sama dengan Monako.

- b. Bisnis pariwisata di Kabupaten Toba Samosir telah mengalami peningkatan yang ditandai dengan meningkatnya minat masyarakat untuk membuka usaha di bidang pariwisata baik dalam penyediaan barang dan jasa yang dilakukan di lokasi wisata. Pemerintah juga telah turut mempromosikan potensi pariwisata melalui berbagai media baik cetak seperti koran dan majalah wisata, maupun elektronik seperti stasiun televisi dan promosi langsung seperti ikut ambil bagian dalam kegiatan pariwisata seperti menjadi tuan rumah dan juga penyelenggara kegiatan. Dampak langsung yang dirasakan bagi masyarakat sekitar objek wisata seperti membuka lapangan pekerjaan, memberi kesempatan bagi masyarakat sekitar untuk menambah pendapatan sehari-hari dengan cara berdagang maupun menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan wisatawan selama datang berkunjung.
- c. Dalam mengembangkan potensi pariwisata Danau Toba, kabupaten Toba Samosir memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan juga tantangan . kekuatan terbesar yang dimiliki adalah pariwisata alam dan juga pariwisata budayanya. Kelemahan yang dimiliki adalah SDM yang kemampuannya masih perlu ditingkatkan, sarana dan prasarana yang masih perlu untuk dibenahi, dan keterbatasan modal yang dimiliki.

3. Wawan Kurniawan (2015) melakukan penelitian berjudul, “Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa :
 - a. Hasil penelitian menunjukkan peluang usaha di sekitar objek pariwisata Umbul Sidomukti termasuk dalam kategori tinggi. Masyarakat sekitar memanfaatkan situasi ini untuk berdagang, jasa tourleader hingga menjadi karyawan objek pariwisata Umbul Sidomukti.
 - b. Peningkatan pengunjung pasca renovasi Objek Pariwisata Umbul Sidomukti benar-benar mampu meningkatkan pengunjung dan mempengaruhi peningkatan pendapatan.
 - c. Pembangunan Umbul Sidomukti berhasil menyerap banyak tenaga kerja mengingat banyak wahana baru yang disediakan, pembangunan Objek Wisata Umbul Sidomukti benar-benar mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak. Tidak hanya tenaga kerja di sektor pariwisata saja yang terserap, kenaikan omset penjualan yang dialami para pedagang di sekitar Umbul Sidomukti juga memaksa para pedagang untuk menambah karyawannya, lambat laun jumlah pengangguran di sekitar Objek Wisata Umbul Sidomukti mulai menurun. Penurunan jumlah pengangguran dan peningkatan pendapatan masyarakat ternyata berdampak positif pada kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar. Walaupun demikian aroma persaingan usaha antar sesama pedagang makin terasa.

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian

Penelitian ini akan menganalisis perkembangan bisnis pariwisata yang ada di Kota Parapat dilihat dari perspektif pembangunan Danau Toba sebagai Monaco of Asia yang juga dipadukan dengan pengembangan Danau Toba sebagai obyek ekowisata dan sebagai kawasan strategis pariwisata nasional.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan untuk meneliti bagaimana Bagaimana Perkembangan Bisnis Pariwisata di Kota Parapat ditinjau dari Pembangunan Wisata Danau Toba sebagai “Monaco of Asia”, penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif, metode yang memusatkan perhatian pada masalah-masalah atau fenomena-fenomena yang ada pada saat penelitian dilakukan atau masalah yang bersifat aktual, kemudian menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Parapat dan Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Simalungun jln. Pematang Raya kompleks Kantor Bupati Simalungun kode pos 21162. Ada beberapa daerah objek pariwisata yang berada di sekitaran Danau Toba dan alasan peneliti memilih lokasi ini karena Kota tersebut adalah Kota yang paling banyak tersentuh pembangunan semenjak dimulainya pembangunan Danau Toba sebagai “Monaco of Asia”. Waktu penelitian dilakukan mulai dari tanggal 1 Juli 2021 sampai 31 Juli 2021

3.3 Informan

Informan adalah orang yang berada pada lingkup penelitian, artinya orang yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Untuk memperoleh data secara *representative*, maka diperlukan informan kunci, utama, tambahan yang dapat memahami dan mempunyai kaitan dengan permasalahan yang sedang dikaji.

Adapun informan dalam penelitian ini adalah :

1. Informan Kunci, merupakan mereka yang mengetahui dan memiliki informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Informan Kunci yaitu: Kepala Kecamatan Girsang Sipangan Bolon, Kepala Kelurahan Parapat dan Kelurahan Tigaraja, Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Simalungun.
2. Informan Utama, merupakan yang terlibat langsung dalam Perkembangan Bisnis Pariwisata di Kota Parapat dan Pembangunan Danau Toba sebagai “Monaco of Asia” yaitu pimpinan atau pengurus organisasi perkapalan domestik dan PHRI(Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) Kabupaten Simalungun.
3. Informan Tambahan, merupakan mereka yang merasakan dampak dari Pembangunan Wisata Danau Toba. Informan tambahan yaitu : Masyarakat Setempat yang berpenghasilan dari Pariwisata.

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang berasal langsung dari sumber utama seperti informan kunci dan utama. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab antara dua orang atau lebih secara langsung. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu cara untuk memperoleh data melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh keterangan yang relevan dengan objek penelitian. Dengan melakukan observasi, peneliti mencatat apa saja yang dilihat dan mengambil dari dokumen yang tertulis untuk memberikan gambaran secara utuh tentang objek yang akan diteliti.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui data yang diteliti dan dikumpulkan oleh pihak lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

Data sekunder juga sifatnya melengkapi atau mendukung data primer. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara sebagai berikut :

a. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengkaji dokumen-dokumen baik berupa buku maupun peraturan ataupun pasal-pasal yang berhubungan dengan penelitian ini guna melengkapi data yang diperlukan serta cara pengumpulan data dan telah pustaka, dimana dokumen-dokumen yang dianggap menunjang dan relevan dengan masalah.

3.5 Defenisi Konsep

Defenisi konsep merupakan istilah defenisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pembatasan yang jelas dari setiap konsep yang diteliti. Berdasarkan hal tersebut, dapat dikemukakan konsep dari penelitian ini yaitu:

1. Bisnis Pariwisata

Bisnis Pariwisata adalah bentuk usaha atau industri yang bergerak dibidang Pariwisata, yang fokus nya ialah memasarkan produk-produk wisata dalam bentuk Daya Tarik Wisata Alam dan Daya Tarik Wisata Buatan Manusia. Yang bertujuan untuk Memajukan dan Meningkatkan

Perekonomian Masyarakat luas, dan juga sebagai usaha konservasi Alam dan Budaya Lokal yang menjadi ciri khas Identitas Masyarakat.

2. Pembangunan Pariwisata

Pembangunan Pariwisata adalah suatu usaha yang dilakukan oleh Lembaga Pemerintahan maupun Non-Pemerintahan dan Swadaya Masyarakat yang bertujuan untuk menginovasi dan mengonservasi objek wisata alam maupun buatan manusia. Yang nantinya akan sangat berdampak pada Perkembangan Ekonomi masyarakat. Pembangunan ini dilakukan pada sektor-sektor vital pariwisata seperti Infrastruktur, Alam, Sosial-Budaya, dan Sumber daya Manusia.

3.6 Analisis Data

Analisa data adalah proses inspeksi, pembersihan dan pemodelan data dengan tujuan menemukan informasi yang berguna, menginformasikan kesimpulan, dan mendukung pengambilan keputusan.

Secara singkat tatacara analisis dalam penelitian ini adalah :

1. Mengelola dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkripsi wawancara men-scaning materi, mengetik data lapangan, atau memilih-milih dan menyusun data tersebut kedalam jenis-jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.
2. Membaca keseluruhan data, membangun general sence atau informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan

3. Menganalisis lebih detail dengan meng-coding data. Coding merupakan proses mengelola materi informasi menjadi segmen-segmen tulisan sebelum memaknainya
4. Menetapkan proses coding untuk mendeskripsikan setting orang-orang, kategori-kategori dan tema-tema yang akan dianalisis
5. Menunjukkan bagaimana deskripsi dan tema-tema ini akan disajikan kembali dalam narasi laporan kualitatif

Langkah terakhir dalam analisis data adalah menginteprestasi atau memaknai data, mengajukan pertanyaan seperti pelajaran apa yang dapat diambil dari semua ini? Akan mengungkap esensi dari suatu gagasan.