

## PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENGEMBANGAN KAWASAN GOA PETENG SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI DESA JIMBARAN KUTA SELATAN KABUPATEN BADUNG

I Kadek Hariyana<sup>a,1</sup>, I Gst. Agung Oka Mahagangga<sup>a,2</sup>

<sup>1</sup>kadekhariyan4@gmail.com, <sup>2</sup>ragalanka@mail.com

<sup>a</sup> Program Studi S1 Destinasi Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Dr. R. Goris, Denpasar, Bali 80232 Indonesia

### Abstract

*Goa Peteng located in Jimbaran. Goa Peteng is a prehistoric cave, there founded relics in the form of Linga and Yoni and statues of the goddess Parvati. Surrounding by beauty scenery around Goa Peteng, it became the main attraction for visitors. Goa Peteng development managed by PT. Teddy Chandra Jaya. Beside Goa Peteng as the main attraction there, Goa Peteng also plans provided travel support facilities such as: restorant, art shops, stage art performances, and outbound tourism such as the flying fox, Jungle tracking, rock climbing. Because Goa Peteng is an ancient heritage sites and there is a sacred worship place, then in development needs to get the support of the surrounding community. Thus, need to do research on public perception of development and supporting Goa Peteng as Tourism object and the perceptions of the visitors of Goa Peteng.*

*The data of this research is qualitative and quantitative data. Qualitative data is data that is not in the form of numbers and cannot be counted as a general overview of the location of the research, public perception, the existence and history of Goa Peteng. Meanwhile, Quantitative data is data in the form of numbers that can be calculated in this case is the growth of tourist arrivals to Bali in last five years.*

*Based on the research results and discussion, it can be concluded the public perception of Goa Peteng development as a tourist attraction in the village of Jimbaran, in Likert scale obtained by calculating an overall average of 4.54 from 100 people. Meanwhile, the perception of tourists to the area development Peteng Goa as a tourist attraction in the village of Jimbaran Likert scale obtained by calculating the overall average 4.52 out of 5 rating.*

**Keywords:** Perception, Development, Goa Peteng

### PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi pilihan bagi Negara-negara yang berkembang dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera dan makmur di samping sector lain. Indonesia dengan keaneka ragaman budaya, kekayaan alam serta keramahan-tamahan penduduknya merupakan potensi dalam kepariwisataan. Sebagai salah satu Negara tujuan pariwisata dunia, Indonesia sedang giat melaksanakan pembangunan disegala aspek yang telah mengalami kemajuan.

Salah satu daerah tujuan wisata yang sangat terkenal dari Indonesia adalah Bali. Bali sebagai salah satu daerah tujuan wisata yang terkemuka di dunia memiliki berbagai potensi yang menunjang pertumbuhan kepariwisataan. Perkembangan kepariwisataan di Bali kini telah mengalami kemajuan yang pesat, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Bali juga merupakan daerah yang menjadi sasaran investor karena di Bali terdapat banyak objek daya tarik wisata dan Bali memiliki potensi-potensi tersebut mencakup potensi alam, manusia, budaya. Keunikan budaya dan keindahan alam sehingga banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung ke Bali

Sebagai daerah tujuan wisata Bali memiliki banyak daya tarik wisata yang menarik untuk dikunjungi baik itu daya tarik wisatabudaya, alam dan buatan. Daya tarik wisata tersebut antara lain : Goa Lawah, Tanah Lot, Uluwatu, Kintamani, Besakih, Trunyan, Penglipuran, Kuta, Jimbaran, Nusa Dua dan daya tarik wisata lainnya. Seiring dengan perkembangan pariwisata di Bali terdapat daya tarik wisata baru yaitu Goa Peteng yang merupakan peninggalan sejarah yang kini mulai dikembangkan dan dipublikasikan secara umum sebagai daya tarik wisata.

Daya tarik wisata Goa Peteng berlokasi di Jimbaran. Goa Peteng merupakan goa prasejarah yang didalamnya ditemukan peninggalan berupa Lingga dan Yoni serta Arca Dewi Parwati serta didukung dengan keindahan alam disekitarnya yang menjadi daya tarik tersendiri untuk wisatawan. Goa Peteng merupakan daya tarik wisata yang sedang dikembangkan dan dibuka secara umum. Pengembangan Goa Peteng sebagai daya tarik wisata dikelola oleh PT. Teddy Chandra Jaya. Daya tarik wisata Goa Peteng selain dikembangkan sebagai wisata, Goa Peteng juga rencananya menyediakan fasilitas pendukung wisata lainnya seperti: *restorant, artshop, stage*

pementasan kesenian, dan wisata *outbound* seperti *flying fox*, *jungle tracking*, *rock climbing*.

Karena Goa Peteng merupakan situs peninggalan purbakala dan terdapat suatu tempat persembahyangan yang disakralkan oleh penduduk setempat, maka dalam pengembangannya perlu mendapatkan dukungan dari masyarakat sekitar. Maka dari itu perlu dilakukan penelitian mengenai persepsi masyarakat terhadap pengembangan Goa Peteng sebagai Sebagai Penunjang Kepariwisata dan persepsi wisatawan yang berkunjung ke kawasan Goa Peteng.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap pengembangan kawasan Goa Peteng sebagai daya tarik wisata di desa Jimbaran Kuta Selatan Kabupaten Badung?
2. Bagaimana persepsi wisatawan yang berkunjung ke kawasan Goa Peteng?

## KAJIAN PUSTAKA

### 1. Konsep Pariwisata

Menurut Richard Shite dalam Marpaung dan Bahar (2000:46-47) menjelaskan definisi pariwisata sebagai berikut: pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Menurut definisi yang lebih luas yang dikemukakan oleh Kodhyat (1983:4) adalah sebagai berikut: pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Sedangkan menurut pendapat dari Spillane (1982:20) mengemukakan bahwa pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain.

Menurut Wahab (1975:55) mengemukakan definisi pariwisata yaitu pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi.

Mc. Intosh dan Goldner (1986:4), memaparkan secara jelas ruang lingkup dari pariwisata, harus mempertimbangkan berbagai kelompok yang berpartisipasi dan dipengaruhi oleh industri ini. Kelompok-kelompok tersebut antara lain:

1. Wisatawan, termasuk kelompok yang mencari pengalaman dan kepuasan baik fisik maupun psikis dari kegiatan pariwisata. Hal ini akan berpengaruh bagi daerah yang dipilih dan aktifitas yang dinikmati.
2. Bisnis pariwisata yang menyediakan barang dan jasa, termasuk kelompok-kelompok orang bisnis yang melihat pariwisata sebagai lahan yang menghasilkan keuntungan dengan menyediakan berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan.
3. Pemerintah daerah yaitu penguasa yang memandang pariwisata sebagai sector yang mendukung perekonomian. Pandangan mereka berkaitan erat dengan pendapatan rakyat yang diperoleh dari bisnis pariwisata, nilai tukar mata uang asing, dan pajak yang diperoleh pengeluaran pariwisata.
4. Masyarakat lokal, yaitu kelompok yang melihat pariwisata sebagai faktor yang menunjang kebudayaan dan ketenakerjaan. Hal yang perlu diperhatikan adalah pengaruh dari interaksi antara kelompok ini dengan wisatawan, baik yang bersifat menguntungkan maupun merugikan.

Berdasarkan uraian tersebut, pariwisata dapat diartikan sebagai sejumlah fenomena dan hubungan yang timbul dari interaksi antara wisatawan, industri pariwisata yang menyediakan barang dan jasa, pemerintah daerah, serta masyarakat lokal dalam proses

menarik minat dan memberi tempat tinggal bagi wisatawan dan pengunjung lain.

Jadi pariwisata dalam penelitian ini adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu

## 2. Konsep Daya Tarik Wisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan pasal 4, menyebutkan bahwa daya tarik wisata adalah:berdasarkan UUD Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009, daya tarik wisata dijelaskan sabagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan dan nilai-nilai yang berupa keanekaragaman, kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

A, Yoeti dalam bukunya "Pengantar Ilmu Pariwisata" Tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata atau *Tourism Attraction* istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang yang berkunjung kesuatu daerah tertentu. Sedangkan menurut Nyoman S. Pendit dalam bukunya "Ilmu Pariwisata" Tahun 1994, mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.

Pada garis besarnya daya tarik wisata yang berwujud, barang-barang mati, atau statis, baik yang diciptakan oleh manusia sebagai hasil seni dan budaya ataupun yang berupa gejala-gejala alam yang memiliki daya tarik kepada wisatawan untuk mengunjungi agar dapat menyaksikan, mengagumi, menikmatinya, sehingga terpenuhilah rasa kepuasan wisatawan itu sendiri sesuai dengan motif-motif kunjungannya. (Dhamardji,1995:109).

Dari uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata adalah suatu tempat atau daerah yang memiliki daya tarik bagi kunjungan wisatawan. Daya tarik tersebut berupa keadaan alam, flora, fauna, seni, dan budaya yang merupakan ciptaan Tuhan Yang Maha Esa.

Suwantoro (2001:19) mengemukakan beberapa batasan tentang daya tarik wisata dengan beberapa kriteria di dalam daya tarik wisata, yaitu:

1. Adanya sumber daya yang menimbulkan rasa senang.
2. Adanya aksesibilitas yang baik untuk mencapai daya tarik wisata.
3. Adanya ciri-ciri khusus atau spesifik.
4. Adanya sarana dan prasarana penunjang yang dapat melayani kebutuhan wisatawan yang datang.
5. Objek wisata alam yang mempunyai daya tarik yang tinggi karena keindahan alam pegunungan, pasir, hutan, dan sebagainya.
6. Objek wisata mempunyai daya tarik yang tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian dalam suatu objek wisata hasil karya manusia masa lampau.

Menurut Marioti dalam (Yoeti,1993:160-162) hal-hal yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat tujuan wisata adalah:

1. Benda-benda yang tersedia dan terdapat di dalam alam semesta (*natural amenities*) yang berupa: iklim, bentuk tanah, dan pemandangan alam, hutan belukar, flora dan fauna, pusat-pusat kesehatan yang seperti air mineral, sumber air panas dan sebagainya.
2. Hasil ciptaan manusia (*man made supply*), yang berupa: benda-benda yang memiliki sejarah, museum bersejarah, perpustakaan, kesenian rakyat, dan sebagainya.
3. Tata cara hidup masyarakat (*the way of life*), yang berupa kebiasaan hidup masyarakat dan adat istiadat yang menjadi salah satu daya tarik wisata.

Untuk menjadi daerah tujuan wisata agar dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan, hendaknya harus memenuhi 3 (tiga) syarat yaitu :

1. Adanya *something to see*, yaitu kelebihan dari daerah yang ditawarkan untuk dinikmati dan dijual kepada wisatawan, seperti potensi alam serta atraksi-atraksi wisata yang ada.
2. Adanya *something to buy*, yaitu di daerah tersebut harus ada fasilitas-fasilitas untuk berbelanja terutama barang-barang souvenir dan kerajinan-kerajinan tangan masyarakat sehingga dapat dijadikan sebagai cenderamata untuk di bawa pulang ke negaranya. Disamping tersedianya sarana-sarana pembantu untuk memperlancar kegiatan wisata seperti

*Money Changer*, Bank, Kantor Pos dan Pelayanan Telepon.

3. Adanya *something to do*, yaitu di daerah tersebut harus ada fasilitas rekreasi bagi wisatawan dalam melakukan kegiatan mereka sehingga merasa betah dan tinggal lebih lama seperti fasilitas olah raga dan kerohanian.

### 3. Konsep Persepsi

Pengertian persepsi menurut Jalaludin Rahmat (1998:51) adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Menurut Ruch (1967:300) persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk inderawi *sensory* dan pengalaman masa lampau yang relevan di organisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu. Senada dengan hal tersebut Atkinson dan Hilgard (1991:201) mengemukakan bahwa persepsi adalah proses dimana kita menafsirkan dan mengorganisasi pola setimulus dalam lingkungan. Gibson dan Donely (1994:53) menjelaskan bahwa persepsi adalah proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh seorang individu.

Dikarenakan persepsi bertautan dengan cara mendapatkan pengetahuan khusus tentang kejadian pada saat tertentu, maka persepsi terjadi kapan saja stimulus menggerakkan indera. Dalam hal ini persepsi diartikan sebagai proses mengetahui atau mengenali obyek dan kejadian obyektif dengan bantuan indera (Chaplin, 1989:358).

Sebagai cara pandang, persepsi timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Stimulus diterima seseorang sangat kompleks, stimulus masuk kedalam otak, kemudian diartikan, ditafsirkan serta diberi makna melalui proses yang rumit baru kemudian dihasilkan persepsi (Atkinson dan Hilgard, 1991 : 209 ).

Dalam hal ini, persepsi mencakup penerimaan stimulus *inputs* pengorganisasian stimulus dan penerjemah atau penafsiran stimulus yang telah diorganisasi dengan cara yang dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap, sehingga orang dapat cenderung menafsirkan perilaku orang lain sesuai dengan keadaannya sendiri (Gibson, 1986 :54 ).

Jadi persepsi dalam penelitian ini adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

### 4. Konsep Masyarakat

Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling "bergaul", atau dengan istilah ilmiah "saling berinteraksi". Satu kesatuan manusia dapat mempunyai prasarana melalui apa warga-warganya dapat saling berinteraksi. Kesatuan manusia itu menjadi suatu masyarakat karena ada ikatan yaitu pola tingkah laku yang khas mengenai semua factor kehidupannya dalam batas kesatuan itu bersifat menetap dan kontinyu.

Dengan demikian masyarakat dalam penelitian ini adalah suatu kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu adat-istiadat tertentu yang bersifat kontinyu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama (Kontjaraningrat, 1990 dalam Yanuartuti, 2002).

### 5. Konsep wisatawan

Menurut UUD Republik Indonesia No.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Jadi menurut pengertian tersebut, semua orang yang melakukan wisata, menurut pengertian tersebut, semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Adapun tujuan yang penting perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak mencari nafkah ditempat yang dikunjungi

Menurut A.J.Norwal dalam (Yoeti, 1992) menyatakan bahwa:

"Wisatawan adalah seseorang yang memasuki negeri asing dengan maksud dan tujuan apapun, asalkan bukan untuk tinggal permanen atau untuk usaha-usaha teratur melintasi batasan dan mengeluarkan uangnya di negeri yang dikunjunginya, uang diperolehnya bukan dinegeri tersebut tetapi dinegeri lain. Dalam atau untuk usaha-usaha teratur melintasi batasan dan mengeluarkan uangnya di negeri yang dikunjunginya, uang diperolehnya bukan dinegeri tersebut tetapi dinegeri lain. Dalam bahasa Inggris wisatawan disebut *tourist*"

Oleh para pakar pariwisata dan organisasi internasional untuk kepentingan tertentu,

pengertian tourist ini diberi persyaratan seperti:

1. Perjalanan dilakukan secara sukarela
2. Perjalanan ditempat lain keluar wilayah / daerah / Negara tempat tinggalnya
3. Tidak untuk mencari nafkah
4. Tujuannya semata-mata untuk liburan, kesehatan, belajar, keagamaan, olahraga, kunjungan usaha, mengunjungi keluarga, tugas dan mengadiri pertemuan

Menurut UN. *Convention Concerning Customs Facilities For Touring* (1954). Wisatawan adalah setiap orang yang datang disebuah Negara karena alasan yang sah kecuali berimigrasi dan yang tinggal setidaknya 24 jam dan selama-lamanya 6 bulan dalam tahun yang sama (Yoeti, 1992).

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan wisatawan adalah setiap orang tanpa membedakan ras, kelamin, bahasa dan agama yang memasuki suatu wilayah baru diluar wilayah yang biasa ditinggalnya untuk melakukan kegiatan yang membuat dirinya senang tanpa ada tujuan untuk mencari nafkah, dan lama berkunjung kurang.

## 6. Konsep Peranan

Dalam kamus bahasa Indonesia dijelaskan bahwa peranan memiliki arti "pelaku atau suatu yang menjadi bagian atau memegang peranan penting" (Poerwadarmita, 1999 : 751). Setiap manusia atau masyarakat memiliki status atau kedudukan dan peranan dalam menjalani kehidupan masyarakat di lingkungan sendiri. Status merupakan posisi dalam suatu sistem sosial sedangkan peran adalah pola perilaku terkait pada status tertentu (Soekanto, 2003 : 243).

Peranan juga memiliki arti sebagai perilaku, pemain dalam masyarakat tertentu. Jadi, individu itu menjadi pelaku interaksi dalam masyarakat, yang akan membuahkan pengaruh besar terhadap masyarakat itu sendiri. Tanpa adanya peranan atau pemain dari tiap-tiap individu interaksi tidak akan terjadi, masyarakat tidak akan terjadi dan bergitu seterusnya (Soekanto, 1990 : 268).

Ditinjau dari tugas, peranan dapat dibagi menjadi dua:

1. Peranan aktif, yaitu : pelaku tersebut harus melakukan tugasnya pada saat dan tempat yang tepat.
2. Peranan pasif, yaitu : tanpa adanya seseorang tersebut ikut kegiatan dalam

masyarakat, kegiatan itu akan tetap berjalan lancar.

Jika diarahkan secara sosiologis peranan diartikan dengan pertimbangan bahwa aspek meripakan bagian dari sosiologis dalam upaya mengungkapkan hubungan baik secara individu maupun kelompok dalam suatu masyarakat. Peranan merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status), sehingga tidak ada peranan tanpa kedudukan demikian pula sebaliknya (Soekanto, 1982 : 226). Jadi peranan lebih banyak menunjukkan pada fungsi dan merupakan suatu proses apabila individu / badan (kelompok) melakukan hak-hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya. Maka sudah dianggap menjalankan suatu peranan. Pentingnya peranan adalah karena ia mengatur perilaku seseorang. Hubungan sosial yang ada dalam masyarakat merupakan hubungan antara peranan-peranan individu dalam masyarakat. Peranan diatur oleh norma-norma yang berlaku.

Peranan yang melekat pada diri seseorang harus dibedakan dengan posisi dalam pergaulan kemasyarakatan. Posisi seseorang dalam masyarakat ( yaitu *social position*) merupakan unsur statis yang menunjukkan tempat individu pada organisasi masyarakat. Jadi, seseorang menduduki suatu posisi dalam masyarakat serta menjalankan suatu peran. Peranan mungkin mencakup tiga hal :

1. Peranan meliputi norma-normayang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membingbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan.
2. Peranan adalah suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu di dalam masyarakat sebagai organisasi.
3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Fasilitas-fasilitas bagi peranan individu (*role-facilities*) perlu diberikan untuk dapat menjalankan peranan, lembaga-lembaga kemasyarakatan merupakan bagian dari masyarakat yang banyak menyediakan peluang-peluang untuk pelaksanaan peranan.

Maka untuk memberikan batasan peranan yang dimaksud dari masalah yang dikaji adalah peranan PT Teddy Chandra Jaya dalam pengembangan kawasan Goa Peteng



sebagai daya tarik wisata Di Desa Jimbaran Kuta Selatan Kabupaten Badung.

### 7. Konsep Pengembangan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pengembangan didefinisikan sebagai suatu proses atau cara menjadikan suatu menjadi maju, baik, sempurna dan berguna (Poerwadarmita, 1993:291)

Pada prinsipnya pengembangan pariwisata diawali dengan melakukan inventarisasi sumber khasanah wisata mengidentifikasi untuk melakukan evaluasi secara realistis terhadap potensi yang ada atau memiliki, hak tersebut merupakan bagian integral dari tahap penndahuluan dan perencanaan. Pengembangan yaitu memajukan dan memperbaiki atau meningkatkan yang telah ada (Lanya, 1995)

Dengan demikian pengembangan adalah suatu proses kegiatan aktifitas menggali potensi yang ada disuatu daerah yang disertai pemahaman tentang karakter dan kemampuan unsur-unsur lokal yang ada dimiliki ditata sedemikian rupa sesuai dengan prinsip-prinsip yang telah disepakati sehingga menjadi daya tarik wisata dan kemudian dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

### 8. Teori *irindex (irritation index)*

Teori *irindex (irritation index)* dikemukakan oleh Doxey dalam Pitana (2005) ini menggambarkan sebuah kerangka teori yang disebut *irindex (irritation index)*. Model *irindex* dan dari doxey ini menggambarkan perubahan sikap masyarakat lokal terhadap wisatawan secara linier. Sikap yang mula-mula positif berubah menjadi semakin negatif seiring dengan jumlah wisatawan. Tahapan-tahapa sikap masyarakat lokal terhadap wisatawan yaitu:

1. *Euphoria*. Kedatangan wisatawan diterima dengan baik, dengan sejuta harapan. Ini terjadi pada fase-fase awal perkembangan wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata, dan umumnya daerah tujuan wisata tersebut belum mempunyai perencanaan.
2. *Apathy*. Masyarakat menerima wisatawan sebagai sesuatu yang lumrah, dan hubungan antara masyarakat dan wisatawan didominasi oleh hubungan komersial. Perencanaan yang dilakukan pada daerah

tujuan wisata dan fase ini umumnya hanya menekankan pada aspek pemasaran.

3. *annoyance*. Titik kejenuhan sudah hampir dicapai, dan masyarakat mulai merasa terganggu dengan kehadiran wisatawan. Perencanaan pada umumnya berusaha meningkatkan prasarana dan sarana, tetapi belum ada usaha membatasi pertumbuhan.
4. *Antagonism*. Masyarakat secara terbuka sudah menunjukkan ketidak senangnya, dan meliha wisatawan sebagai sumber masalah. Pada fase ini perencanaan baru menyadari pentingnya perencanaan menyeluruh

### 9. Teori *Destination Area lifecycle*

Teori *Destination area lifecycle* atau siklus hidup destinasi pariwisata dikemukakan oleh Butler pada tahun 1980. Siklus destinasi pariwisata mengacu pada pendapat Butler dalam Pitana (2005) terbagi atas tujuh fase.

1. Tahapan *ekplorasi* yang berkaitan dengan *discovery* yaitu suatu tempat sebagai potensi wisata baru ditemukan oleh wisatawan, pelaku pariwisata, maupun pemerintah, biasanya jumlah pengunjung sedikit, wisatawan tertarik pada daerah yang belum tercemar dan sepi, lokasi sulit dicapai namun diminati oleh sejumlah kecil wisatawan yang justru menjadi minat karena belum ramai dikunjungi.
2. *Involvement phase* (keterlibatan). Fase ini, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mengakibatkan sebagian masyarakat lokal mulai menyediakan berbagai fasilitas yang memang khusus diperuntukkan bagi wisatawan. Kontak antara wisatawan dengan masyarakat lokal masih tinggi dan masyarakat mulai mengubah pola-pola sosial yang ada untuk merespon perubahan ekonomi yang terjadi. Disinilah mulai suatu daerah menjadi suatu destinasi wisata yang ditandai oleh mulai adanya promosi.
3. *Development phase* (pembangunan). Pada fase ini investasi dari luar mulai masuk serta mulai munculnya pasar wisata secara sistematis. Daerah semakin terbuka secara fisik, *advertensi* (promosi) intensif, fasilitas lokal sudah tersisih dan digantikan oleh fasilitas yang benar-benar *touristic* dengan standar internasional dan atrasi buatan sudah mulai dikembangkan untuk menambah atraksi yang asli dan alami. Berbagai barang dan jasa impor menjadi

keharusan termasuk tenaga kerja asing untuk mendukung perkembangan pariwisata yang pesat.

4. *Consolidation phase* (konsolidasi). Pada fase ini peristiwa sudah dominan dalam struktur ekonomi daerah dan dominasi ekonomi ini oleh jaringan internasional atau *major chains and franchise*. Jumlah kunjungan wisatawan masih naik tetapi pada tingkat yang lebih rendah. Pemasaran semakin gencar dan diperluas untuk mengisi berbagai fasilitas yang sudah dibangun. Fasilitas lama sudah mulai ditinggalkan.
5. *Stagnation phase* (stagnasi). Pada fase ini kapasitas berbagai faktor sudah melampaui diatas daya dukung sehingga menimbulkan masalah ekonomi, sosial dan lingkungan. Kalangan industri sudah mulai bekerja berat untuk memenuhi kapasitas dari fasilitas yang dimiliki khususnya dengan mengharapkan *repeater guests* dan wisatan konvensi / bisnis. Selain itu, atraksi buatan sudah mendominasi atraksi asli alami (baik budaya maupun alam), citra awal sudah mulai meluntur, dan destinasi sudah tidak mulai lagi populer.
6. *Decline phase* (penurunan). Pada fase ini wisatawan sudah beralih ke destinasi wisata baru atau pesang dan yang ditinggalkan hanya 'sia-sia', khususnya wisatawan yang hanya berakhir pekan. Banyak fasilitas pariwisata yang sudah dialih fungsi untuk kegiatan non-pariwisata, sehingga destinasi semakin tidak menarik bagi wisatawan. Partisipasi lokal mungkin meningkat lagi terkait dengan harga merosot turun dengan melemahnya pasar. Destinasi bisa dikembangkan menjadi destinasi kelas rendah (*a tourism slum*) atau sama sekali secara total kehilangan diri sebagai destinasi wisata.
7. *Rejuvenation phase* (peremajaan). Pada fase ini, perubahan secara dramatis bisa terjadi (sebagai hasil dari berbagai usaha dari berbagai pihak) menuju perbaikan atau peremajaan. Peremajaan ini bisa terjadi karena adanya inovasi dalam pengembangan produk baru dan menggali atau memanfaatkan sumber daya alam dan budaya yang sebelumnya belum dimanfaatkan (Butler dalam Pitana, 2005).

## METODE PENELITIAN

**1. Lokasi Penelitian**, Lokasi penelitian ini berlokasi di Jimbaran Kuta Selatan kabupaten Badung

**2. Ruang Lingkup Penelitian**, Untuk memperjelas variabel-variabel yang digunakan serta untuk membatasi ruang lingkup permasalahan penelitian, maka perlu dijelaskan ruang lingkup permasalahan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Persepsi Masyarakat Persepsi ini diperoleh dari masyarakat sekitar Goa Peteng yang berupa tanggapan mengenai persepsi masyarakat terhadap pengembangan kawasan Goa Peteng Sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Jimbaran Kuta Selatan Kabupaten Badung. Yang dipersepsikan terkait dengan pengembangan Goa Peteng sebagai daya tarik wisata di Desa Jimbaran Kuta Selatan Kabupaten Badung adalah sebagai berikut:
  - a) persepsi masyarakat dengan dikembangkannya daya tarik wisata Goa Peteng sebagai salah satu daya tarik wisata di daerah Jimbaran.
  - b) Persepsi masyarakat terhadap peraturan dan larangan saat memasuki areal Goa Peteng.
  - c) Persepsi masyarakat terhadap akses jalan menuju daya tarik wisata Goa Peteng.
  - d) Persepsi masyarakat dengan dikembangkannya Goa Peteng dapat membuka kesempatan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat.
  - e) Persepsi masyarakat dengan akan di bangunnya *aartshop, restaurant, stage* pentas tari bali di sekitar areal Goa Peteng
  - f) Persepsi masyarakat dengan di kembangkan wisata *outbound* seperti *flying fox, jungle tracking, rock climbing* yang akan dilaksanakan di sekitar areal Goa Peteng.
  - g) Persepsi masyarakat dengan dipromosikannya kebudayaan dan kesenian yang ada di Jimbaran.

b. Persepsi Wisatawan. Persepsi ini diperoleh dari wisatawan yang berkunjung ke Goa Peteng. Adapun yang dipersepsikan terkait dengan dikembangkannya Goa Peteng sebagai penunjang kepariwisataan dikawasan Kuta Selatan Kabupaten Badung adalah sebagai berikut.

1. Persepsi wisatawan dengan dikembangkannya daya tarik Goa Peteng sebagai salah satu daya tarik wisata di daerah Jimbaran.
2. Persepsi Wisatawan dengan adanya fasilitas-fasilitas yang akan dibangun di sekitar daya tarik wisata Goa Peteng.
3. Persepsi wisatawan tentang aksesibilitas ke daya tarik wisata Goa Peteng
4. Persepsi wisatawan tentang keunikan Goa Peteng
5. Persepsi wisatawan tentang alam sekitar Goa Peteng

**3. Jenis Dan Sumber Data**, Jenis data dalam penelitian ini berupa data kualitatif dan kuantitatif Data Kualitatif adalah data yang berupa keterangan-keterangan, definisi dan gambaran dari objek penelitian yang disusun dalam bentuk kalimat – kalimat deskriptif untuk melengkapi bahasan penelitian. Data kualitatif dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber. Data Kuantitatif berupa data yang berbentuk angka sebagai hasil dari pengukuran dan perhitungan yang digunakan dalam melengkapi bahasan ini, meliputi data kunjungan wisatawan, dan data kunjungan kapal pesiar.

Sedangkan sumber data terdiri dari data primer yang diperoleh langsung dalam penelitian dilapangan sebagai hasil dari observasi langsung dilapangan serta melalui wawancara dengan narasumber. Data sekunder merupakan data yang diperoleh diluar dari data primer. Data skunder dalam penelitian ini meliputi data kunjungan wisatawan, data daya tarik wisata, dan sejarah Goa Peteng (Kusmayadi & Endar, 2000).

**4. Teknik Pengumpulan Data**, dalam penelitian ini teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam (*deep interview*) berupa wawancara langsung dengan narasumber, Teknik Kuesioner, observasi langsung, studi kepustakaan dan studi dokumentasi.

**5. Teknik Pengambilan Sampel**, dalam penelitian ini teknik penentuan sampel mempergunakan teknik *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel yang diperoleh berdasarkan atas kebetulan bertemu dilokasi penelitian pada saat pencarian data, dan dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut cocok sebagai sumber data.

**6. Teknik Analisis Data**, dalam penelitian ini Teknik analisis data berupa analisis deskriptif kualitatif yang dikumpulkan dengan metode wawancara dan kuesioner. Analisis yang dipergunakan adalah analisis skala sikap (*likert*) untuk memperoleh gambaran yang jelas dan objektif mengenai persepsi masyarakat dan wisatawan terhadap Daya tarik wisata Goa Peteng (Kusmayadi & Endar, 2000: 94).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Gambaran Umum Lokasi

Desa Adat Jimbaran terletak di Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, lokasi ini dapat dicapai melalui jalan darat sekitar  $\pm$  10 menit dari Bandara Internasional Ngurah Rai. Adapun batas-batas Desa Jimbaran antara lain : Kelurahan Kedonganan (Utara), Desa Ungasan dan Desa Pecatu (Selatan), Samudra Indonesia (Barat), Kelurahan Benoa (Timur). Kelurahan Jimbaran memiliki luas 20.50 Ha, yang terdiri dari 14 Banjar Adat dan 1 desa adat.

### 2. Fasilitas Penunjang Wisata

Di areal Goa Peteng dan pantai batu layahakan di bangun sarana penunjang wisata seperti *outbound* seperti *flying fox*, *jungle tracking*, *rock climbing*. Serta kegiatan lainnya yang menantang adrenalin wisatawan. Sarana penunjang wisata lainnya yang akan di bangun yaitu: *restaurant*, *artshop*, stage pementasan kesenian yang akan dibangun diatas lahan seluas 10 hektar dengan lahan parkir seluas 1,5 hektar dan jalan selebar 9 meter.



### 3. Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Kawasan Goa Peteng sebagai Daya Tarik Wisata

- a) Persepsi masyarakat terhadap pengembangan daya tarik wisata Goa Peteng sebagai salah satu daya tarik wisata di daerah Jimbaran. Berdasarkan perhitungan menggunakan skala *likert* dari 100 orang masyarakat yang berpersepsi mengenai tanggapan terhadap pengembangan daya tarik wisata Goa Peteng diperoleh skor dengan jumlah 464 dengan rata-rata 4,64. Kategori dengan nilai 4,64 dapat dimasukkan dalam kriteria Sangat setuju. Alasannya, masyarakat sangat setuju dengan dikembangkannya Goa Peteng sebagai daya tarik wisata. pengembangan Goa Peteng sebagai daya tarik wisata akan memberikan dampak positif bagi perkembangan pariwisata di kawasan Jimbaran karena akan menambah daya tarik wisata yang ada di Jimbaran dan akan membuka lapangan pekerjaan baru.
- b) Persepsi masyarakat terhadap peraturan dan larangan saat memasuki areal Goa Peteng. Berdasarkan perhitungan menggunakan skala *likert* dari 100 orang masyarakat yang berpersepsi tentang kesucian Goa Peteng diperoleh skor dengan jumlah 430 dengan rata-rata 4,30. Kategori dengan nilai 4,30 dapat dimasukkan dalam kriteria Sangat baik. Alasannya, dalam menjaga kesucian dan kesakralan Goa Peteng maka di tetapkan aturan-aturan dan larangan berkunjung serta batasan-batasan untuk areal umum dan areal suci sehingga akan tetap menjaga kesucian dan kesakralan Goa Peteng.
- c) Persepsi masyarakat terhadap akses jalan menuju daya tarik wisata Goa Peteng. Perhitungan menggunakan skala *likert* dari 100 orang masyarakat yang berpersepsi tentang akses jalan menuju daya tarik wisata Goa Peteng diperoleh skor dengan jumlah 461 dengan rata-rata 4,61. Kategori dengan nilai 4,61 dapat dimasukkan dalam kriteria Sangat baik. Alasannya, akses jalan menuju daya tarik wisata Goa Peteng sudah sangat baik, Mungkin perlu petunjuk arah ke

daya Tarik wisata di jalan umum sehingga memudahkan dalam pencapaian daya Tarik wisata.

- d) Persepsi masyarakat dengan dikembangkannya Goa Peteng dapat membuka kesempatan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat. Berdasarkan perhitungan menggunakan skala *likert* dari 100 orang masyarakat yang berpersepsi tentang tanggapan masyarakat dengan dikembangkannya Goa Peteng dapat membuka kesempatan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat diperoleh skor dengan jumlah 469 dengan rata-rata 4,69. Kategori dengan nilai 4,69 dapat dimasukkan dalam kriteria Sangat setuju. Alasannya, masyarakat setempat sangat senang dengan dikembangkannya daya tarik wisata Goa Peteng karena nantinya akan dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat setempat. Harapan utama masyarakat setempat dengan dikembangkannya daya Tarik wisata Goa Peteng dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dari yang dulunya bekerja sebagai buruh, nelayan, pedagang dan lain-lain, sampai yang belum bekerja atau pengangguran dapat beralih profesi di sektor pariwisata.
- e) Persepsi masyarakat dengan akan di bangunnya *artshop, restaurant, stage* pementasan tarian Bali di sekitar areal Goa Peteng. Berdasarkan perhitungan menggunakan skala *likert* dari 100 orang masyarakat yang berpersepsi dengan akan di bangunnya *artshop, restaurant, stage* pementasan tarian bali di sekitar areal Goa Peteng diperoleh skor dengan jumlah 465 dengan rata-rata 4,65. Kategori dengan nilai 4,65 dapat dimasukkan dalam kriteria Sangat setuju. Alasannya, masyarakat sangat senang dengan akan dibangunnya sarana akomodasi dan fasilitas hiburan karena hal tersebut akan semakin menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat, disamping itu dengan dibangunnya sarana akomodasi dan fasilitas hiburan tersebut akan melengkapi suatu daya tarik wisata baik (*something to see, something to do, something to bay*)
- f) Persepsi masyarakat dengan di kembangkan wisata *outbound* seperti

*flying fox, jungle tracking, rock climbing* yang akan dilaksanakan di sekitar areal Goa Peteng. Berdasarkan perhitungan menggunakan skala likert dari 100 orang masyarakat yang berpersepsi dengan akan di kembangkan wisata outbound seperti *flying fox, jungle tracking, rock climbing* diperoleh skor dengan jumlah 412 dengan rata-rata 4,12. Kategori dengan nilai 4,12 dapat dimasukkan dalam kriteria Sangat setuju. Dengan dikembangkan wisata outbound seperti *flying fox, jungle tracking, rock climbing* maka akan menambah keragaman dalam berwisata sehingga wisatawan dapat menikmati wisata dan berbagai macam atraksi wisata di lingkungan Goa Peteng. Atraksi wisata ini nantinya akan melengkapi daya tarik wisata di Goa Peteng.

- g) Persepsi masyarakat dengan dipromosikannya kebudayaan dan kesenian yang ada di Jimbaran. Berdasarkan perhitungan menggunakan skala likert dari 100 orang masyarakat yang berpersepsi dengan dipromosikannya kebudayaan dan kesenian yang ada di Jimbaran. diperoleh skor dengan jumlah 480 dengan rata-rata 4,80. Kategori dengan nilai 4,12 dapat dimasukkan dalam kriteria sangat baik/ sangat setuju

#### 4. Persepsi wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Goa Peteng

- a) Persepsi wisatawan dengan dikembangkannya daya tarik wisata Goa Peteng sebagai salah satu daya tarik wisata di daerah Jimbaran. Berdasarkan perhitungan menggunakan skala likert dari 5 orang wisatawan yang berpersepsi dengan dikembangkannya daya tarik wisata Goa Peteng sebagai salah satu daya tarik wisata di daerah Jimbaran diperoleh skor dengan jumlah 23 dengan rata-rata 4,60. Kategori dengan nilai 4,60 dapat dimasukkan dalam kriteria sangat baik. Alasannya, wisatawan sangat senang dengan dikembangkannya Goa Peteng sebagai daya tarik wisata karena memberikan pengalaman wisata yang berbeda dengan daya Tarik wisata lainnya

- b) Persepsi wisatawan dengan adanya fasilitas-fasilitas yang akan dibangun di sekitar daya tarik wisata Goa Peteng. Berdasarkan perhitungan menggunakan skala likert dari 5 orang wisatawan yang berpersepsi dengan adanya fasilitas-fasilitas yang akan dibangun di sekitar daya tarik wisata Goa Peteng. Diperoleh skor dengan jumlah 22 dengan rata-rata 4,40. Kategori dengan nilai 4,40 dapat dimasukkan dalam kriteria sangat baik/ sangat setuju.
- c) Persepsi wisatawan tentang aksesibilitas menuju daya tarik wisata Goa Peteng. Berdasarkan perhitungan menggunakan skala likert dari 5 orang wisatawan tentang aksesibilitas menuju daya tarik wisata Goa Peteng. Diperoleh skor dengan jumlah 23 dengan rata-rata 4,60. Kategori dengan nilai 4,60 dapat dimasukkan dalam kriteria sangat baik.
- d) Persepsi wisatawan tentang keunikan Goa Peteng. Berdasarkan perhitungan menggunakan skala *likert* dari 5 orang wisatawan yang berpersepsi tentang keunikan Goa Peteng. Diperoleh skor dengan jumlah 23 dengan rata-rata 4,60. Kategori dengan nilai 4,60 dapat dimasukkan dalam kriteria sangat baik. Alasannya, karena daya tarik wisata Goa Peteng sangat berbeda dari yang lain dan sangat unik.
- e) Persepsi wisatawan tentang alam sekitar Goa Peteng. Berdasarkan perhitungan menggunakan skala likert dari 5 orang wisatawan yang berpersepsi tentang alam sekitar Goa Peteng. diperoleh skor dengan jumlah 22 dengan rata-rata 4,40. Kategori dengan nilai 4,40 dapat dimasukkan dalam kriteria sangat baik.

#### PENUTUP

##### Kesimpulan

Persepsi masyarakat dan wisatawan terhadap pengembangan kawasan Goa Peteng sebagai daya tarik wisata di desa Jimbaran Kuta Selatan Kabupaten Badung yaitu::

1. Persepsi masyarakat terhadap pengembangan kawasan Goa Peteng sebagai daya tarik wisata di Desa Jimbaran berdasarkan perhitungan skala *likert* diperoleh rata-rata keseluruhan 4,54 dari 100 orang masyarakat. Artinya persepsi masyarakat Desa Jimbaran terhadap pengembangan daya tarik wisata Goa Peteng

adalah Sangat Baik. Adapun persepsi masyarakat terhadap pengembangan daya tarik wisata Goa Peteng antara lain:

- a) persepsi masyarakat terhadap pengembangan daya tarik wisata Goa Peteng sebagai salah satu daya tarik wisata di daerah Jimbaran diperoleh skor rata-rata 4,64 atau Sangat setuju
  - b) persepsi masyarakat terhadap kesucian Goa Peteng setelah dikembangkan sebagai daya tarik wisata diperoleh skor rata-rata 4,30 atau Sangat baik
  - c) Persepsi masyarakat terhadap akses jalan menuju daya tarik wisata Goa Peteng diperoleh skor rata-rata 4,61 atau Sangat baik
  - d) Persepsi masyarakat dengan dikembangkannya Goa Peteng dapat membuka kesempatan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat diperoleh skor rata-rata 4,69 atau Sangat setuju
  - e) Persepsi masyarakat dengan akan di bangunnya artshop, restaurant, stage pementasan tarian bali di sekitar areal Goa Peteng diperoleh skor rata-rata 4,65 atau Sangat setuju
  - f) Persepsi masyarakat dengan di kembangkan wisata outbound seperti flying fox, jungle tracking, rock climbing yang akan dilaksanakan di sekitar areal Goa Peteng diperoleh skor rata-rata 4,12 atau setuju
  - g) Persepsi masyarakat dengan dipromosikannya kebudayaan dan kesenian yang ada di Jimbaran diperoleh skor rata-rata 4,12 atau sangat setuju
2. Persepsi wisatawan terhadap pengembangan kawasan Goa Peteng sebagai daya tarik wisata di Desa Jimbaran berdasarkan perhitungan skala *likert* diperoleh rata-rata keseluruhan 4,52 dari 5 orang wisatawan. Artinya persepsi wisatawan terhadap pengembangan daya tarik wisata Goa Peteng adalah Sangat Baik. Adapun persepsi wisatawan tersebut antara lain:
    - a) Persepsi wisatawan dengan dikembangkannya daya tarik wisata Goa Peteng sebagai salah satu daya tarik wisata di daerah Jimbaran dengan rata-rata 4,60 atau sangat baik
    - b) Persepsi wisatawan dengan adanya fasilitas-fasilitas yang akan dibangun di sekitar daya tarik wisata Goa Peteng dengan rata-rata 4,40 atau sangat baik
    - c) Persepsi wisatawan tentang aksesibilitas menuju daya tarik wisata Goa Peteng dengan rata-rata 4,60 atau sangat baik
    - d) Persepsi wisatawan tentang keunikan Goa Peteng dengan rata-rata 4,60 dapat atau sangat baik
    - e) Persepsi wisatawan tentang alam sekitar Goa Peteng dengan rata-rata 4,40 atau sangat baik

## Saran

Berdasarkan simpulan di atas dapat dikemukakan saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak pengelola daya tarik wisata Goa Peteng, yaitu:

1. Beberapa sudut jalan perlu dilakukan perbaikan karena terdapat beberapa kerusakan-kerusakan.
2. Perlu adanya plang petunjuk jalan sehingga pengunjung atau wisatawan dengan mudah menemukan Goa Peteng
3. Perlu adanya bagian informasi, sehingga wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Goa Peteng memperoleh informasi yang detail.
4. Pengenalan maupun promosi Goa Peteng agar diperluas, tidak hanya lewat brosur tetapi juga lewat media elektronik seperti internet.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia No.10 tahun 2009. Tentang kepariwisataan*
- Damardjati, R.S, 1995. *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta : PT Pradnya Paramita.
- Jalaluddin Rahmat, 2003. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Kusmayadi, Endar Sugiarto. 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Pariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Marpaung, Happy, 2002. *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung : Alfabeta.
- Moleong, Lexy J, 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Pendit, I Nyoman S. 1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : PT Pradnya Paramita.3
- Pitana,I Gede dan Putu G Gayatri.2005.*Sosiologi Pariwisata*.Yogyakarta:Andi,
- Suparto. 2006.*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Yoeti, Oka A. *Psikologi Pelayanan Wisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Yoeti, Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata : Edisi Revisi*. Bandung PT. Angkasa