

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Istilah pariwisata berasal dari dua suku kata, yakni pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali atau berputar-putar. Wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata adalah perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata “travel” dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu, maka kata “pariwisata” dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Menurut Yoeti (2012), wisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan sementara waktu, yang diselenggarakan dari satu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (bisnis) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam, sedangkan pariwisata juga berarti perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat dimana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan tersebut (Soekadijo, 2013).

Sedangkan menurut Saleh (2014), menjelaskan bahwa pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar dan mendapat pelayanan secara berganti diantara orang-orang disuatu Negara itu sendiri (luar negeri) yang meliputi kediaman orang-orang dari daerah lain (daerah tertentu, suatu negara, atau benua) untuk sementara waktu dalam mencari keputusan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Wisatawan adalah semua orang yang meninggalkan rumah kediaman mereka untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan sementara, mereka mengeluarkan uang di tempat yang mereka kunjungi tanpa dengan maksud mencari nafkah di tempat tersebut (Pandit 2017), sedangkan WTO member defenisi sebagai berikut :

1. Pengunjung adalah setiap orang yang berkunjung ke suatu Negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjunginya.
2. Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu Negara tanpa memandang kewarganegaraanya, berkunjung ke suatu tempat pada Negara yang sama dalam jangka waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan pada salah satu hal berikut ini:
 - a. Memanfaatkan waktu luang untuk berekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan, dan olahraga.
 - b. Bisnis atau mengunjungi kaum keluarga, rapat, bisnis, atau misi tertentu
3. Darmawisata atau *excursionist* adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di negara yang dikunjunginya termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar, namun tidak termasuk para pesiar yang memasuki negara legal, contohnya orang yang hanya tinggal di ruang transit pelabuhan udara.

2.1.2 Pengertian Kawasan Pariwisata

Menurut Robinson (2011), membedakan adanya dua macam kawasan wisata yaitu:

1. Pusat kegiatan yang telah berkembang secara eksklusif sebagai kawasan wisata dengan menambahkan daya tarik artificial dan prasaran dimana daya tarik alaminya kurang hebat.

2. Kota yang telah mengembangkan industri pariwisatanya sebagai insidental dari fungsi-fungsi normatif.

2.1.3 Pengertian Objek Wisata dan Atraksi Wisata

Objek wisata dan atraksi wisata (*Tourism Resources*) adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau berkunjung ke tempat tersebut. Salah satu unsur yang sangat menentukan perkembangan industri pariwisata adalah objek wisata dan atraksi wisata yang seolah memiliki pengertian yang sama, namun memiliki perbedaan secara prinsipil. Menurut (Yoeti, 2012), menjelaskan bahwa diluar negeri terminologi objek wisata tidak di kenal, di ana hanya mengenai atraksi wisata yang mereka sebut dengan nama *Tourism AttrKepemilikan Fasilitas Berharga* sedangkan di negara Indonesia keduanya di kenal dan keduanya memiliki pengetahuan masing-masing. Adapun pengertian objek wisata, yaitu semua hal yang menarik untuk di lihat dan di rasakan oleh wisatawan yang dj sediakan atau bersumber pada alam saja, sedangkan pengertian dari pada atraksi wisata, yaitu sesuatu yang menarik untuk di lihat, dirasakan, dinikmati, dan dimiliki oleh wisatawan, yang dibuat oleh manusia dan memerlukan persiapan terlebih dahulu sebelum diperlihatkan kepada wisatawan.

Mengenai pengertian objek wisata, maka dapat dilihat dari beberapa sumber acuannya, antara lain :

1. Peraturan Pemerintah No. 24/1979 menjelaskan bahwa objek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta ejarah bangsa dan tempat keadaan dalam yang mempunyai daya tarik untuk di kunjungi.

2. SK MENPARPOSTEL No. KM 98/PW.102/MPPT-87 menjelaskan bahwa objek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang di bangun dan di kembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan di usahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

Suatu daerah yang menjadi DTW (daerah tujuan wisata) yang baik agar objek tersebut dapat diminat pengunjung harus memiliki 3 (tiga) kriteria, yaitu:

1. *Something to see* adalah objek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau di jadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain objek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu menyedot minat dari wisatawan yang berkunjung di objek tersebut.
2. *Something to do* adalah wisatawan yang melakukan pariwisata disana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax yang berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan yang khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal disana.
3. *Something to buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja, yang pada umumnya adalah ciri khas atau icon dari daerah tersebut, sehingga dapat di jadikan sebagai oleh – oleh (Yoeti, 2012).

Dari ketiga hal di atas merupakan unsur-unsur yang kuat untuk daerah tujuan wisata sedangkan untuk pengembangan suatu daerah tujuan wisata harus ada beberapa hal yang harus di perhatikan, antara lain :

- a. Harus mampu bersaing dengan objek wisata yang ada dan serupa dengan objek wisata di tempat lain.
- b. Harus tetap, tidak berubah dan berpindah-pindah kecuali bidang pembangunan dan pengembangan.
- c. Harus mempunyai saran dan prasarana yang memadai serta mempunyai ciri-ciri khas tertentu.
- d. Harus menarik dalam pengertian secara umum (bukan pengertian dari subjektif) dan sadar wisata masyarakat setempat.

2.1.4 Fungsi dan Peran Objek Wisata

Sebagai sarana tempat obyek wisata yang dilengkapi dengan fasilitas serta dapat memberikan pelayanan yang layak sehingga dapat memenuhi keinginan para pemakai dan memberikan kenyamanan, privacy dan rasa santai sehingga waktu liburnya betul-betul terisi dengan sesuatu yang memuaskan.

1. Terhadap kebutuhan pengunjung

Menampung berbagai aktivitas pengunjung dari anak-anak, remaja/dewasa dan orang tua, dengan aktivitas utamanya adalah :

- a. Aktivitas di sungai dan kolam, misalnya: berenang, mandi-mandi, loncat indah, naik sepeda air, memancing dan lain-lain.
- b. Aktivitas didarat, misalnya: duduk-duduk menikmati pemandangan alam, berolahraga, bermain diarena permainan, menyaksikan pertunjukan, jalan-jalan disektor hutan lindung dan lain-lain dan dilengkapi dengan aktivitas pengunjung antara lain: makan dan minum direstoran/kafetaria, membersihkan tubuh/membilas, menginap/istirahat, berbelanja di kios/souvenir shop dan lain-lain.

2. Terhadap Lingkungannya

Menjaga kelestarian dan keharmonisan lingkungan dengan memelihara/merawat fasilitas pengunjung yang ada agar tetap bersih, indah dan nyaman, dengan sendirinya akan menciptakan suasana lingkungan yang asri.

2.1.5 Jenis Pariwisata

Sesuai dengan potensi yang dimiliki atau kawasan yang ditinggalkan nenek moyang pada suatu negara, maka timbullah bermacam-macam jenis pariwisata yang dikembangkan sebagai kegiatan yang lama kelamaan mempunyai ciri

tersendiri berdasarkan letak geografis, alasan/tujuan perjalanan, saat atau berkunjung dan pembagian menurut obyeknya. Sedangkan jenis pariwisata dapat dikelompokkan dalam: wisata budaya, kesehatan, olahraga, komersial, industri, politik, konvesi, sosial, pertanian, maritim/bahari, cagar alam, dan pilgrim.

Berdasarkan penentuan obyek/tujuan obyek wisata jenis dan tempat obyek wisata dibedakan atas :

- a. Wisata Alam
Yaitu wisata yang tujuannya untuk mengunjungi pantai, laut, gunung, danau, sungai, pulau, air terjun, sumber air panas, kolam mandi, dan lain-lain.
- b. Wisata Budaya
Yaitu wisata dengan tujuan utamanya mengunjungi rumah-rumah adat, makam para raja-raja obyek-objek wisata bersejarah, bentuk tua dan lainnya.
- c. Wisata Remaja
Yaitu wisata yang dilakukan oleh remaja dalam kelompok-kelompok yang besar. Biasanya untuk rekreasi, berkemah, dan lain sebagainya untuk mengisi liburan.
- d. Wisata pendidikan
Yaitu wisata yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu keadaan yang berhubungan dengan wawasan ilmu pengetahuan. Sasaran wisatanya adalah pelajar dan mahasiswa.
- e. Wisata Petualangan
Yaitu wisata yang dilakukan dengan menjelajahi alam. Baik itu pegunungan, hutan, sungai dan laut. Serta dapat dikatkan dengan *trekking*, *fating*, *diving*, *mountbike*, sepeda motor, jeep dan sebagainya.
- f. Wisata Leasure
Wisata yang tujuannya untuk istirahat, rekreasi, bersenag-senang.
- g. Wisata Sosial Budaya

Wisata yang mengunjungi tempat-tempat peninggalan sejarah, menikmati kehidupan masyarakat yang khas, melihat festival budaya, atau perayaan adat.

h. Agrowisata

Wisata yang mengunjungi tempat-tempat perkebunan yang khas, menikmati romantisnya suasana pedesaan dan kawasan-kawasan pertanian tradisional, atau tempat pendayagunaan unsur pertanian seperti perikanan peternakan. Wisata ini juga dapat terkait dengan wisata pendidikan atau sosial budaya.

2.1.6 Sifat Pelayanan Objek Wisata

Obyek wisata sebagai wadah pelayanan bagi masyarakat umum dalam hal ini wisatawan, baik dari segi segala tingkat usia maupun status; apakah pelajar, mahasiswa, pegawai, anak-anak, remaja maupun dewasa orang/tua, demuanya dapat memanfaatkan obyek wisata alam tersebut. Olehnya itu wisata haruslah memenuhi keinginan dari segala manusia dengan motivasi yang bermacam-macam itu, karena itu pada dasarnya sifat pelayanan obyek wisata alam mengandung nilai-nilai :

a. Edukatif

Ini dimaksudkan kegiatannya diarahkan pada hal-hal yang bersifat pendidikan dan pembinaan, yang ditekankan pada usia anak-anak dan remaja yang sedang mengalami pengembangan fisik dan mentalnya, meningkatkan jangkauan pengetahuan, kreatifitasnya, serta menanamkan kesadaran cinta akan tanah air yang kaya akan keindahan alamnya.

b. Universal

Untuk menyerap pengunjung sebanyak-banyaknya, maka tingkat pelayanannya bersifat umum (dari mana saja asalnya dan segala tingkatan umur).

- c. **Inovatif**
Untuk memperluas cakrawala pengetahuan, maka kaitannya dapat memberikan informasi langsung dan pengalaman-pengalaman tentang kebudayaan keindahan dan keunikan alamnya, tata cara hidup masyarakat setempat dan informasi lain.
- d. **Komunikatif**
Komunikasi antar pengunjung, selain bertukar pikiran mengenai pengalaman, pengetahuan, hasil penelitian yang dimiliki serta adanya atraksi wisata (kesenian dan adat istiadat) menjadikan salah satu komunikasi.
- e. **Rekreatif**
Alasan untuk rekreasi merupakan motivasi yang tersebar mengapa orang melakukan wisata. Hal ini menjadikan obyek wisata alam sebagai tempat orang-orang bersenang-senang (rekreasi) dengan pemandangan alam pegunungan yang indah sebagai unsur utama.

2.1.7 Sosial Ekonomi Masyarakat

1. Definisi

Sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok [masyarakat](#) yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendidikan serta pendapatan (Wikipedia, 2021).

Menurut Soerjono Sukanto (2013) mengatakan, “Kedudukan sosial artinya adalah tempat seseorang secara umum dalam masyarakatnya sehubungan dengan orang-orang lain, dalam arti lingkungan pergaulannya, prestisnya dan hak-hak serta kewajiban”. Status atau kedudukan sosial tidak terbatas pada pengertian kumpulan status-status seseorang dalam kelompok-kelompok yang berbeda, melainkan status-status sosial tersebut mempengaruhi status orang tadi dalam kelompok-kelompok yang berbeda. Binarto dalam Oktama (2013),

mengemukakan tentang kondisi sosial ekonomi masyarakat adalah suatu usaha bersama dalam suatu masyarakat untuk menanggulangi atau mengurangi kesulitan hidup, dengan lima parameter yang dapat digunakan untuk mengukur kondisi sosial ekonomi masyarakat yaitu usia, jenis kelamin, tingkat Pendidikan, pekerjaan, dan tingkat pendapatan.

Sosial ekonomi adalah pernyataan, keadaan atau suatu pernyataan yang dapat dilihat atau dirasakan dan diukur oleh indera manusia (Poerwadarminto, 2012). Kondisi sosial ekonomi menurut Abdulsyani (2012) menjelaskan bahwa kondisi sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok manusia yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendapatan, tingkat Pendidikan, usia, jenis rumah tinggal, dan kekayaan yang dimiliki.

Berdasarkan pemaparan diatas maka sosial ekonomi adalah suatu keadaan ekonomi keluarga yang bisa dirasakan atau diukur oleh indera manusia. Sosial ekonomi setiap orang itu berbeda-beda dan bertingkat, ada yang keadaan ekonominya tinggi, sedang, dan rendah. Serta status sosial ekonomi diartikan sebagai keadaan urusan keuangan keluarga, yang menjelaskan suatu keadaan yang dapat dilihat indera manusia, mengenai keadaan dan kemampuan ekonomi orangtua seperti pendapatan dan kekayaan yang dimiliki dalam memenuhi kebutuhannya.

2. Faktor Yang mempengaruhi Sosial Ekonomi Masyarakat

Menurut Soerjono Sukanto (2012), menyatakan bahwa halhal yang mempengaruhi status sosial ekonomi antara lain:

- a. Ukuran kekayaan, semakin kaya seseorang, maka akan tinggi tingkat status seseorang di dalam masyarakat.
- b. Ukuran kekuasaan, semakin tinggi dan banyak wewenang seseorang dalam masyarakat, maka semakin tinggi tingkat status ekonomi seseorang tersebut.

- c. Ukuran kehormatan, orang yang disegani dimasyarakat akan ditempatkan lebih tinggi dari orang lain dalam masyarakat.

Ukuran ilmu pengetahuan, ilmu pengetahuan sebagai ukuran dipakai oleh masyarakat yang menghargai ilmu pengetahuan. Indikator status sosial ekonomi orang tua antara lain meliputi tingkat pendidikan orang tua, tingkat penghasilan orang tua, jenis pekerjaan orang tua, fasilitas khusus dan barang-barang berharga yang dimiliki, jabatan sosial orang tua serta jumlah anggota keluarga dengan uraian sebagai berikut:

- a. Pendidikan

Pendidikan adalah proses pengubahan sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan, proses, perbuatan, cara, serta perbuatan mendidik.” Dalam penelitian ini pendidikan yang dimaksud adalah pendidikan yang ditempuh oleh orang tua, maupun anak melalui jalur pendidikan formal. Pendidikan formal ini terdiri atas pendidikan dasar, menengah, dan pendidikan tinggi.

- b. Penghasilan

Penghasilan adalah proses, cara, perbuatan menghasilkan, pendapatan, perolehan berupa uang yang diterima dan sebagainya. Semakin tinggi pendapatan semakin makmur, sejahtera dan dihargai di masyarakat” (Suryani, 2014).

“Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa barang maupun uang baik dari pihak lain maupun dari hasil sendiri, dengan jalan dinilai dengan sejumlah uang atau harga yang berlaku saat itu”. Uang atau barang tidak langsung kita terima sebagai pendapatan tanpa kita melakukan suatu pekerjaan baik itu berupa jasa ataupun produksi. Pendapatan ini digunakan untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari demi kelangsungan hidup, oleh karena itu setiap orang harus bekerja demi kelangsungan hidupnya dan tanggung jawab seperti istri anak-anaknya. Penghasilan dapat diartikan

sebagai hasil yang diterima seseorang karena orang itu bekerja dan hasilnya bisa berupa uang atau barang. Penghasilan orangtua adalah hasil yang diterima orangtua dari hasil bekerja, baik dari pekerjaan pokok maupun pekerjaan sampingan yang berupa uang atau barang yang dinilai dengan uang.

c. Pekerjaan

Pekerjaan adalah barang apa yang dilakukan, diperbuat, dipekerjakan dengan melakukan tugas kewajiban, hasil bekerja, perbuatan, pencaharian yang dijadikan pokok penghidupan, sesuatu yang dibutuhkan untuk mendapat nafkah hal bekerjanya sesuatu. Pekerjaan terkait dengan status sosial masyarakat, menurut Suryani (2014) mengemukakan, “Masyarakat menilai ada pekerjaan-pekerjaan tertentu yang prestisius yang menunjukkan kelas sosial atas dan sebaliknya”. Pekerjaan akan berpengaruh terhadap pendapatan apakah jauh dari pekerjaan tersebut dalam lahan basah yang bisa cepat mendapatkan uang atau dalam lahan yang sulit untuk memperoleh uang yang biasa disebut lahan kering.

d. Fasilitas Khusus Dan Barang Berharga Yang Dimiliki

Fasilitas khusus dalam hal ini merupakan fasilitas-fasilitas yang dimiliki orang tua, misalnya kendaraan. Barang berharga adalah barang yang tinggi nilainya dan mahal harganya. Barang berharga yang dimiliki seseorang akan membuat lebih terpandang dimasyarakatnya. Fasilitas khusus dan barang berharga yang dimiliki orang tua dapat menunjang pendidikan anaknya sehingga dapat menumbuhkan minat anaknya sebagai seorang siswa untuk melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi.

e. Jabatan Sosial

Jabatan Sosial adalah pekerjaan di masyarakat yang mengatur hubungan masyarakat. Jabatan sosial orang tua yaitu jabatan yang dipegang oleh orang tua dalam masyarakat.

f. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga akan berpengaruh terhadap sosial ekonomi orang tua. Semakin banyak anggota keluarga yang bekerja semakin banyak pula pendapatan yang diperoleh keluarga serta status sosialnya akan meningkat, namun akan terjadi sebaliknya bila yang bekerja sedikit sedang upah yang diterima sedikit yang mengakibatkan tanggungan yang banyak dan memberatkan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu :

1. Bintaro (2014) Pengaruh Pariwisata Terhadap Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat Pada Kawasan Objek Wisata Candi Borobudur Kabupaten Magelang. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat perubahan guna lahan dan karakteristik sosial ekonomi masyarakat sebagai pengaruh dari aktifitas pariwisata di objek wisata Candi Borobudur. Perubahan guna lahan yang terjadi antara tahun 2004-2013 di kawasan wisata Candi Borobudur yaitu berubahnya lahan kosong menjadi lahan terbangun. Lahan terbangun tersebut diantaranya museum kapal, hotel, perdagangan jasa dan permukiman. Untuk perubahan karakteristik sosial, terjadi penurunan partisipasi masyarakat terhadap kegiatan sosial yang ada di lingkungannya. Sedangkan untuk perubahan karakteristik ekonomi terlihat dari meningkatnya pendapatan masyarakat yang bekerja di dalam kawasan wisata Candi Borobudur. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pariwisata candi borobudur memberikan pengaruh terhadap karakteristik sosial ekonomi masyarakat. Diperlukan upaya pelestarian kegiatan sosial seperti pengajian, upacara adat. Selain itu koordinasi antara pemerintah dan masyarakat perlu ditingkatkan.

2. Syaifuddin (2019), Pengaruh Perkembangan Pariwisata Terhadap Karakteristik Ekonomi Masyarakat Di Sekitar Candi Borobudur. Hasil dari analisis ini menyatakan bahwa, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu masih belum memiliki strategi secara khusus untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara. Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kota Batu harus segera merumuskan strategi pemasaran secara khusus guna mengoptimalkan strategi pemasaran mereka untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan destinasi pariwisata Candi Borobudur dimulai sejak candi ditetapkan sebagai objek wisata tahun 1980. Sejak terbentuk Candi Borobudur mulai banyak dikenal dan dikunjungi wisatawan sehingga terjadi penambahan berbagai aspek pengembang seperti akses jalan yang sudah diaspal, fasilitas pelayanan yang lengkap, atraksi wisata yang ditambah, dan masyarakat mulai terlibat dalam penyediaan akomodasi dan pelaku usaha di bidang pariwisata. Sedangkan karakteristik ekonomi masyarakat terlibat pada kegiatan pariwisata sebagai pekerjaan pokok maupun sampingan. Pendapatan yang diterima sebanyak 76,6% berada di atas UMK Kabupaten Magelang dan sebanding dengan pengeluaran masyarakat. Analisis efek penggandaan menunjukkan nilai ≥ 1 yang berarti kegiatan pariwisata memberikan pengaruh berupa dampak terhadap perekonomian masyarakat.
3. Kurniawan (2015), Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menunjukkan peluang usaha di sekitar Objek Pariwisata Umbul Sidomukti termasuk dalam kategori tinggi. Warga sekitar memanfaatkan momen ini untuk berdagang, jasa tourleader hingga menjadi karyawan Objek Pariwisata Umbul Sidomukti. Peningkatan pengunjung pasca renovasi Objek Pariwisata Umbul Sidomukti benar-benar mampu meningkatkan pengunjung. Selain berimbas pada

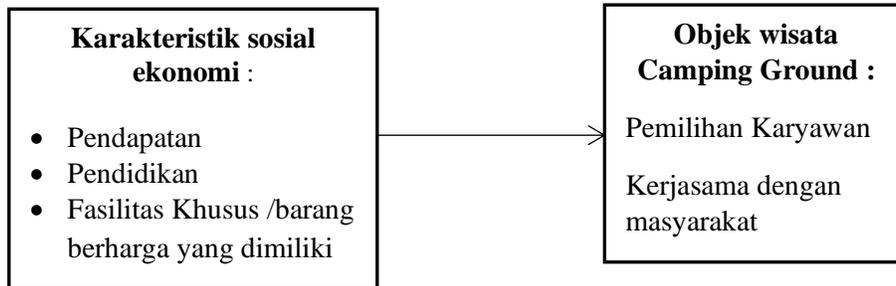
meningkatnya pendapatan masyarakat yang bekerja disekitar Umbul Sidomukti, peningkatan pengunjung ini juga berefek positif pada pendapatan daerah kabupaten Jawa Tengah di sektor pariwisata. Rata-rata pendapatan penjual disekitar Umbul Sidomukti mencapai 200%. Pembangunan Umbul Sidomukti berhasil menyerap banyak tenaga kerja mengingat banyak wahana baru yang disediakan, pembangunan Objek Wisata Umbul Sidomukti benar-benar mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak. Secara umum terdapat perubahan sosial ekonomi pada masyarakat sekitar Umbul Sidomukti pasca di renovasinya tempat pariwisata kebanggaan masyarakat Bandungan ini

4. Rizal (2017), *Analisa Dampak Ekonomi, Sosial, Lingkungan Terhadap Pengembangan Objek Wisata Banyu Biru Di Desa Sumberejo, Winong, Pasuruan Jatim*. Berdasarkan hasil uji F variabel dampak ekonomi, sosial dan lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan objek wisata dibuktikan dari hasil nilai F hitung sebesar 227.659 dan Ftabel sebesar 2.77 pada tingkat signifikansi sebesar 0.000 (0%) atau lebih kecil dari 5%. Hasil uji t menyebutkan dampak ekonomi parsial berpengaruh signifikan terhadap pengembangan objek wisata dengan nilai thitung sebesar 1.735 atau 17.35% lebih kecil dari ttabel sebesar 1.672 dengan nilai signifikansi sebesar 0.088. sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengembangan objek wisata dengan nilai thitung sebesar 2.280 atau 22.80% lebih kecil dari ttabel sebesar 1.672 dengan nilai signifikansi sebesar 0.026. lingkungan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengembangan objek wisata dengan nilai thitung sebesar 12.188 atau 121.88% lebih besar dari ttabel sebesar 1.672 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. variabel lingkungan yang paling signifikan terhadap pengembangan objek wisata dengan nilai thitung paling tinggi yaitu 12.188 atau 121.88% dengan tingkat signifikansi 0.000.

5. Ramadanti (2019). Dampak Keberadaan Objek Wisata Hutan Pinus Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pelaku Usaha Di Wisata Hutan Pinus Desa Sumberbulu. hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa keberadaan objek wisata hutan pinus membawa dampak terhadap kondisi sosial terkait perubahan kegiatan ekonomi, jenis pekerjaan dan tingkat pendidikan.
6. Nasir Rulloh (2017). Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Objek Wisata Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Variabel kunjungan wisata berpengaruh secara signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Kesejahteraan masyarakat didasarkan karena adanya transaksi antara wisatawan dengan masyarakat sekitar dimana transaksi tersebut merupakan pembelian produk dagangan dan penggunaan jasa masyarakat sekitar objek wisata, pembelian produk dagangan dan penggunaan jasa masyarakat sekitar didasarkan pada kebutuhan yang dibutuhkan wisatawan ketika berkunjung.
7. Selanjutnya Selviati, (2020), Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Keadaan Sosial Ekonomi Masyarakat Di Lokasi Permandian Eremerasa Kabu Paten Bantaeng pengembangan wisata mempengaruhi pemikiran orang tua tentang pendidikan anaknya, sudah banyak anak-anak yang melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi bahkan sampai ke perguruan tinggi serta sudah jarang ditemukan anak-anak yang putus sekolah.

2.3 Kerangka Pikir

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh keberadaan objek wisata camping Ground terhadap pendapatan, pendidikan dan fasilitas khusus barang yang dimiliki masyarakat di Desa Pelang Kenidai Kota Pagaram



Gambar 2.1
Kerangka Pikir

2.4 Hipotesis

H₁ : Ada pengaruh keberadaan Camping Gound Rizal terhadap pendapatan masyarakat Desa Pelang Kenidai Kota Pagaram

H₂ : Ada pengaruh keberadaan Camping Gound Rizal terhadap pendidikan masyarakat Desa Pelang Kenidai Kota Pagaram.

H₃ : Ada pengaruh keberadaan Camping Gound Rizal terhadap Fasilitas Khusus / barang berharga yang dimiliki masyarakat Desa Pelang Kenidai Kota Pagaram.

H₃ : Ada pengaruh keberadaan Camping Gound Rizal terhadap pendapatan, pendidikan, dan Fasilitas Khusus/barang berharga yang dimiliki masyarakat Desa Pelang Kenidai Kota Pagaram.