

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Pembangunan Infrastruktur Di Wisata Waduk Malahayu

##### 1. Promosi Pengertian dan Konsep Dasar Infrastruktur

###### a. Pengertian Infrastruktur

Menurut Suwanto infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik diatas permukaan tanah dan dibawah tanah seperti:

- 1) Sistem pengairan, distribusi air bersih, sistem pembuangan air limbah yang membantu sarana perhotelan/restoran.
- 2) Sumber listrik dan energi serta jaringan distribusinya yang merupakan bagian vital bagi terselenggaranya penyediaan sarana wisata yang memadai.
- 3) Sistem jalur angkutan dan terminal yang memadai dan lancar akan memudahkan wisatawan untk mengunjungi objek-objek wisata.
- 4) Sistem komunikasi yang memudahkan para wisatawan untuk mendapatkan informasi maupun mengirimkan informasi secara cepat dan tepat.
- 5) Sistem keamanan atau pengawasan yang memberikan kemudahan diberbagai.<sup>20</sup>

Kelengkapan infrastruktur menjadi salah satu faktor yang

menjembatani antara keberadaan objek wisata dengan peningkatan pendapatan masyarakat setempat. Kesejahteraan dan peningkatan pendapatan masyarakat setempat merupakan dampak positif yang ditimbulkan dari pembelanjaan wisatawan dan kegiatan fisik maupun non fisik yang terjadi dikawasan tersebut. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan, semakin nyaman pula wisatawan

dalam berkunjung. Dalam hal ini pengembangan infrastruktur menjadi salah satu faktor penting sebagai pendongkrak pendapatan pedagang muslim di wisata, terlebih lagi mereka yang menggantungkan hidupnya dari hasil usaha dikawasan wisata Waduk Malahayu.

Pengembangan infrastruktur wisata memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Infrastruktur yang baik dan lengkap dapat meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisatawan, yang nantinya dapat meningkatkan pendapatan melalui peningkatan jumlah wisatawan dan pendapatan dari berbagai sumber, seperti penjualan produk dan jasa wisata.

Infrastruktur wisata juga dapat meningkatkan pendapatan melalui Pendapatan Asli Daerah (PAD). Ini karena infrastruktur yang baik membuat pengunjung mudah dan aman mengunjungi tempat wisata, meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui penjualan barang dan jasa wisata, dan meningkatkan penjualannya.

Selain itu, infrastruktur yang baik juga dapat meningkatkan pendapatan melalui peningkatan pendapatan dari berbagai sumber, seperti penjualan barang dan jasa wisata, serta peningkatan pendapatan dari berbagai sumber lainnya, seperti pajak dan biaya lainnya.

b. Komponen-komponen utama infrastruktur wisata

Dalam mengembangkan sebuah destinasi wisata, pembangunan infrastruktur menjadi sangat penting karena perannya sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan, baik itu pendapatan asli daerah (PAD) ataupun pendapatan pedagang muslim di wisata itu sendiri, yang diperoleh dari hasil kunjungan dan hasil belanja wisatawan. Adapun komponen utama infrastruktur wisata yang diperlukan

untuk membangun dan mempertahankan destinasi wisata yang menarik:

- 1) Transportasi, dimana transportasi dinilai sangat penting sebagai salah satu sarana yang dapat memudahkan wisatawan menjangkau destinasi tujuan. Dalam hal ini juga termasuk akses jalan, terminal, dan sebagainya yang juga sangat berpengaruh bagi kesan perjalanan para calon wisatawan dalam mengunjungi suatu objek wisata.
  - 2) Akomodasi, salah satu prasarana yang memungkinkan pengunjung dapat bersantai dan beristirahat selama perjalanan wisata dan termasuk juga setiap fasilitas umum yang disediakan. Seperti penginapan, rumah makan, fasilitas olahraga dan permainan, *camp area*, fasilitas hiburan, dan sebagainya.
  - 3) Atraksi wisata, hal-hal yang menarik wisatawan untuk berkunjung termasuk tempat bersejarah, pemandangan yang indah, tradisi, dan sebagainya.
  - 4) Layanan pendukung lainnya, fasilitas tambahan sebagai penunjang fasilitas lainnya yang telah tersedia seperti, layanan kesehatan, keamanan, informasi, dan sebagainya.
2. Peran Infrastruktur Dalam Meningkatkan Daya Tarik dan Aksesibilitas Destinasi Wisata

a. Peningkatan Konektivitas: infrastruktur transportasi seperti jalan raya, jembatan, dsb membantu pertumbuhan ekonomi di daerah terpencil, mempermudah pengiriman barang dan jasa, dan meningkatkan aksesibilitas dan konektivitas antar wilayah.

Meningkatkan aksesibilitas: peningkatan aksesibilitas disebabkan oleh pembangunan infrastruktur transportasi seperti jalan raya, bandara, dan pelabuhan. Meningkatkan aksesibilitas destinasi wisata, mendorong

pengunjung untuk mengunjungi tempat yang sebelumnya sulit dijangkau.

- b. Pemberdayaan komunitas lokal: melibatkan dan memberdayakan komunitas lokal dalam pembangunan infrastruktur wisata meningkatkan daya Tarik lokasi dan menguntungkan pertumbuhan ekonomi lokal.
- c. Pengembangan jasa dan infrastruktur pendukung: pembangunan infrastruktur pendukung seperti jalan, fasilitas sanitasi, listrik dan air bersih, komunikasi dan internet, serta pusat informasi wisata mempermudah akses dan menikmati keindahan desa wisata.

Adanya infrastruktur yang memadai dapat menjadikan tempat wisata lebih menarik dan mudah diakses, meningkatkan jumlah pengunjung yang datang.

### 3. Teori-Teori Terkait Pembangunan Infrastruktur Wisata

#### a. Teori pariwisata dan pembangunan ekonomi

- 1) Pariwisata sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi: pariwisata dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mempromodikan barang lokal. Selain itu, pariwisata memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pembangunan infrastruktur dan fasilitas pertumbuhan pariwisata.
- 2) Pariwisata sebagai alat pembangunan ekonomi: pariwisata dapat dianggap sebagai alat pembangunan ekonomi yang tidak memerlukan investasi yang signifikan. Dimungkinkan untuk menggunakan daya Tarik wisata alam dan budaya Indonesia sebagai katalisator untuk pertumbuhan pariwisata.

Pariwisata dan pengembangan ekonomi kreatif: dengan mempromosikan seni dan kuliner, pariwisata dapat membantu pengembangan ekonomi kreatif, unik, dan budaya. Sumber daya manusia Indonesia, serta keragaman budayanya yang luar biasa, dapat digunakan sebagai bahan baku untuk kriya dan kuliner.

- 3) Pariwisata dan pengembangan infrastruktur: pariwisata dapat uhan sector lain seperti perdagangan, industry kreatif, dan jasa. Pengembangan infrastruktur seperti jalan, bandara, pelabuhan, dan sarana pendukung lainnya memudahkan akses wisatawan dan meningkatkan kualitas hidup masysrakat setempat.
- 4) Pariwisata dan pengembangan desa wisata: pengembangan desa wisata dapat meningkatkan produktivitas masyarakat, memajukan ekonomi, dan kesejahteraan desa setempat. Desa wisata juga dapat menjadi salah satu usaha yang dapat meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup masyarakat.

Dalam hal ini, pemerintah, masyarakat, dan bisnis harus bekerja sama untuk memaksimalkan peran pariwisata dalam pertumbuhan ekonomi. Pemerintah harus mendukung pengembangan innfrastruktur, promosi pariwisata, dan regulasi yang mendukung pertumbuhan industry pariwisata. Selain itu, masyarakat setempat harus berpartisipasi secara aktif dalam pengembangan pariwisata, memastikan pelestarian budaya dan lingkungan serta menyediakan barang dan jsa berkualitas tinggi untuk wisatawan.

#### 4. Pengaruh kualitas dan ketersediaan infrastruktur terhadap

kepuasan wisatawan

- a. Meningkatkan aksesibilitas, infrastruktur seperti jalan, transportasi umum, dan lahan parkir memudahkan akses menuju destinasi wisata yang dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisata.
- b. Meningkatkan kualitas pengalaman wisata, Meningkatkan kualitas lingkungan, dengan tersedianya pengelola limbah dan air bersih yang efisien.

## **B. Promosi Melalui Media Sosial Di Wisata Waduk Malahayu**

### 1. Promosi

#### a. Pengertian Promosi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, promosi adalah perkenalan dalam rangka memajukan usaha dagang.<sup>13</sup> Adapun promosi menurut Kotler dan Amstrong, promosi adalah salah satu aktivitas yang digunakan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan nilai pelanggan.<sup>14</sup> Sedangkan definisi promosi menurut *American Marketing Association* (AMA) yang dikutip dari buku Sustina adalah : "*sales promotion is media and non media marketing pressure applied for a predetermined, limited period of time in order to stimulate trial, increase consumer demand, or improve product quality*". Dari definisi tersebut menunjukkan bahwasanya promosi merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.

Menurut Rambat Lupiyoadi promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai

alat untuk mempengaruhi konsumen dalam

---

<sup>13</sup> *KAMUS BAHASA INDONESIA.*

<sup>14</sup> Philip Kotler Gary Armstrong, *Principles of MARKETING*, Eighteenth edition New York, NY: Pearson Education, 2019.



kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.<sup>15</sup>

## 2. Tujuan Promosi

Tujuan dari promosi sendiri yaitu memberikan informasi kepada masyarakat umum mengenai potensi yang dimiliki oleh suatu industri. Menurut Malau, tujuan promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Adapun secara terperinci tujuan promosi dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Menginformasikan (*Informing*), dapat berupa:
  - a) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru.
  - b) Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk.
  - c) Menyampaikan perubahan harga kepada pasar.
  - d) Menjelaskan cara kerja suatu produk.
  - e) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan.
  - f) Meluruskan kesan yang keliru dan membangun citra perusahaan.
  - g) Mengurangi ketakutan dan kekhawatiran pembeli.
- 2) Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk:
  - a) Membentuk pilihan merk dan mengalihkan pilihan merk tertentu.
  - b) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk.
  - c) Mendorong pembeli untuk belanja satu itu juga.
  - d) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (*salesman*).
- 3) Mengingat (*reminding*), terdiri atas:

---

<sup>15</sup> Rambat Lupiyoadi Hamdani A, *Manajemen pemasaran jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006.

- a) Mengingatkan pembeli atau konsumen bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat.
- b) Mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk dari perusahaan tertentu.
- c) Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan.
- d) Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

b. Bauran Promosi

Menurut Assauri, sarana promosi dapat dilakukan dengan beberapa hal, diantaranya yaitu:

1) Periklanan (*Adversiting*)

Merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat nonpersonal.

2) *Personal Selling*

Merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisasinya penjualan.

3) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Merupakan segala kegiatan pemasaran selain personal selling, advertensi, dan publisitas, yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pameran, pertunjukan, demonstrasi.

4) Publisitas

Merupakan usaha untuk mrangsang permintaan dari suatu produk nonpersonal, baik berupa berita komersial dalam media cetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut.

2. Promosi Melalui Media Sosial

Media sosial sendiri merupakan media di internet yang membentuk ikatan sosial secara virtual dengan pengguna lain dan memungkinkan untuk merepresentasikan diri, melakukan interaksi, berbagi, komunikasi, dan bekerja sama.<sup>16</sup> Menurut Chris Heuer dalam buku *engage* terdapat komponen dasar 4C dalam sistem pengoperasian aktivitas media sosial yaitu :

a. *Context* (Konteks)

Bentuk pengemasan informasi yang menyangkut isi pesan yang ingin disampaikan.

b. *Communication*

Kegiatan berbagi cerita yang membuat orang lain dapat mendengar dan memahami konteks sehingga pesan tersampaikan kepada orang yang dituju.

c. *Collaboration*

Mendorong kontribusi dan umpan balik dalam bentuk kerja sama antara pengguna yang bertujuan membuat segala sesuatu lebih efektif dan efisien.

d. *Connection*

Hubungan yang terbentuk karena adanya interaksi, diartikan cara sebuah akun bisnis menjalin kontribusi dengan pengikut secara daring.<sup>17</sup>

Salah satu langkah yang dapat dilakukan yaitu dengan dengan melakukan publisitas. Publisitas merupakan sejumlah informasi mengenai seseorang, barang, atau objek wisata yang disebarluaskan ke masyarakat melalui media sosial. Dengan bantuan teknologi, promosi dapat dilakukan lebih mudah melalui berbagai media sosial seperti instagram, facebook, dsb. Memperkenalkan suatu objek wisata kepada masyarakat umum dengan mengunggah atau memposting segala sesuatu yang berkaitan dengan objek wisata baik berupa foto ataupun video. Menurut Kotler dan Keller media

---

<sup>16</sup> Ridwan, "Upaya Masyarakat Dalam Publikasi Destinasi Wisata Untuk Peningkatan Ekonomi Desa Leuwikujang Kec. Leuwimunding Kab. Majalengka."

<sup>17</sup> B. Solis, "Engage: The Complete Guide For Brands And Businesses To Build. Cultivate. And Measure Succes In The New Web" (New Jersey: John Wiley & Sons Inc., 2010).

sosial merupakan cara yang dilakukan untuk membagikan sebuah informasi berupa teks, gambar, audio, dan video kepada orang lain.<sup>18</sup> Tujuan promosi menurut Kotler dan Garry yaitu:

- a) Mendorong konsumen jangka pendek dan meningkatkan hubungan konsumen jangka panjang.
- b) Mengiklankan produk.
- c) Berguna untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan baru.<sup>19</sup>

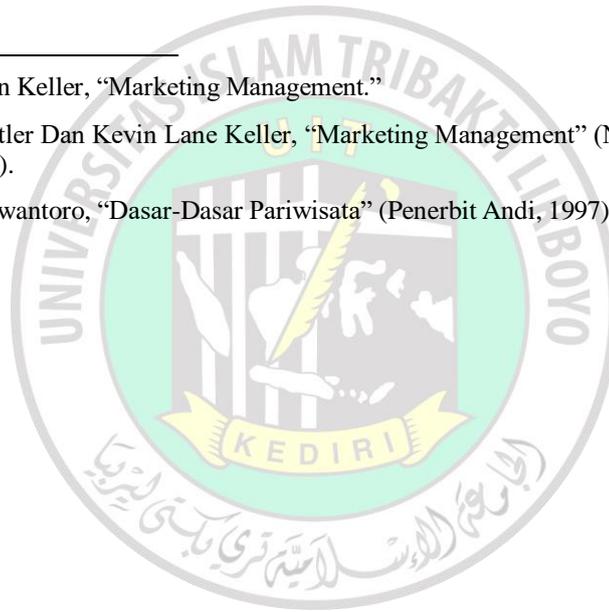
Pada umumnya para wisatawan menggunakan media sosial selama fase penelitian, seberapa menarik potensi yang dimiliki wisata tersebut. Semakin banyak masyarakat yang tahu dan semakin menarik wisata tersebut maka akan semakin ramai pula wisatawan yang berkunjung.

---

<sup>18</sup> Kotler Dan Keller, "Marketing Management."

<sup>19</sup> Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, "Marketing Management" (New Jersey. Pearson Prentice Hall., T.T.).

<sup>20</sup> Gamal Suwanto, "Dasar-Dasar Pariwisata" (Penerbit Andi, 1997).



### C. Peningkatan Pendapatan Pedagang muslim di Wisata Waduk Malahayu

Pariwisata merupakan industri yang dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam menciptakan lapangan pekerjaan, peningkatan penghasilan, standar hidup, serta menstimulasi sektor yang lainnya. Adapun tiga manfaat yang diperoleh melalui pengembangan wisata pada suatu daerah yaitu, memberi kontribusi yang cukup pada pendapatan masyarakat, mengurangi jumlah pengangguran karena daya serap tenaga kerjanya yang cukup besar, dan mendorong munculnya wirausaha disekitar lokasi wisata.

#### 1. Pengertian dan Konsep Dasar Pendapatan

Pendapatan adalah balas jasa yang diterima seseorang atas keterlibatannya dalam proses produksi barang atau jasa. Beberapa contoh sumber pendapatan sector pariwisata adalah pajak, dan pajak yang diterima pemerintah daerah dari berbagai kegiatan pariwisata seperti pajak hiburan, retribusi karcis masuk, dan penerimaan pos-pos atau warung-warung kegiatan usaha terkait pariwisata.

Sektor pariwisata menghasilkan pendapatan langsung, tidak langsung, dan induksi. Berikut adalah perbedaan antara ketiga kategori ini:

##### a. Pendapatan (Efek Langsung)

Pendapatan yang berasal dari kegiatan pariwisata secara langsung disebut pendapatan langsung. Pendapatan langsung ini berasal dari banyak sumber, seperti pajak dan retribusi yang diterima pemerintah daerah dari berbagai kegiatan pariwisata. Dapat berupa pajak yang dikenakan pada hiburan, dan retribusi karcis masuk objek wisata.

##### b. Pendapatan Non-Langsung (Efek Non-Langsung) Pendapatan yang diperoleh tidak langsung dari kegiatan pariwisata disebut pendapatan tidak langsung, seperti pekerjaan dalam industry pariwisata, pembangunan infrastruktur, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Industri pariwisata seperti pertanian, manufaktur, dan lain-lain menghasilkan pendapatan tidak langsung ini melibatkan berbagai sektor ekonomi yang terkait dengan pariwisata, termasuk manufaktur, pertanian, dan lainnya.

## 2. Sumber Pendapatan

Pengembangan wisata tentunya memberikan dampak bagi daerah maupun bagi pedagang muslim di wisata itu sendiri. Dampak positif yang dapat dirasakan secara langsung dari wisata yaitu dapat berupa perubahan jumlah penjualan, perubahan pendapatan, perubahan pekerjaan dan penerimaan pada usaha, dan jumlah pengeluaran (Dinata & Mussadun, 2015). Adapun menurut (Sugianta & Sunarta, 2018), dampak positif dari adanya pengembangan wisata terhadap ekonomi terbagi menjadi lima kategori, antara lain:

- a) Pendapatan dari usaha bisnis pariwisata, biasanya setiap destinasi wisata akan memberikan tarif tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung. Tarif yang ditentukan biasanya sudah termasuk dengan penggunaan fasilitas didalamnya. Dari pemasukan yang didapat akan digunakan sebagai biaya perawatan sarana dan prasarana serta gaji/upah bagi para karyawan pengurus wisata.
- b) Pendapatan pemerintah, setiap daerah yang memiliki destinasi wisata bekerjasama dengan pemerintah agar pemerintah dapat berkontribusi dalam upaya pengembangan wisata, baik berupa dana maupun ide. Kemudian, pengurus wisata akan memberikan laporan pertanggungjawaban kepada pemerintah mengenai pemasukan yang didapatkan.
- c) Penyerapan tenaga kerja, dengan adanya destinasi wisata, maka akan membuka dan memberikan peluang kerja bagi pedagang muslim di.
- d) *Multiplier effects*, semakin berkembangnya destinasi wisata maka dampak yang diberikan pun akan semakin besar. Baik dari segi

pendapatan karena semakin meningkatnya penjualan ataupun penyediaan jasa karena semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung.

- e) Pemanfaatan fasilitas pariwisata, fasilitas yang disediakan tidak hanya dapat digunakan oleh wisatawan, melainkan juga dapat digunakan oleh pedagang muslim di, seperti musholah.

### 3. Kontribusi Ekonomi

Ada beberapa aspek yang mempengaruhi ekonomi pariwisata terhadap PDB local dan nasional:

#### a. Presentase kontribusi ke PDB Nasional

Presentase kontribusi pariwisata terhadap PDB Nasional dapat berubah dari tahun ke tahun dan dipengaruhi oleh banyak factor, termasuk kebijakan pemerintah, infrastruktur pariwisata, jumlah kunjungan wisatawan, dan kondisi ekonomi domestic dan internasional.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Pariwisata, sector pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB Indonesia sebelum pandemi COVID-19. Pada tahun 2019, pariwisata menyumbang sekitar 5,7% terhadap PDB Indonesia. Namun, pada tahun 2020 dan 2021, kontribusi menurun drastis akibat pembatasan perjalanan dan penurunan jumlah wisatawan akibat pandemi.

Pada tahun 2021, dampak yang diberikan akibat adanya pandemi COVID-19 masih terasa, meskipun dilakukan beberapa upaya pemulihan. Data dan laporan sementara dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menunjukkan bahwa sektor pariwisata berkontribusi sekitar 4,2% terhadap PDB. Sedangkan pada tahun sebelumnya, yakni tahun 2020 tercatat kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB sekitar 4,8%.<sup>21</sup> Peningkatan infrastruktur,

---

<sup>21</sup> Ukar, Rusiawan, and Permanasari, "Sandiaga Salahudin Uno Angela Tanoesodibjo."

promosi destinasi didalam negeri, dan penerapan protokol kesehatan yang ketat adalah beberapa upaya untuk meningkatkan kontribusi sektor pariwisata.

b. Pengaruh PDB Lokal

Pengembangan pariwisata dapat meningkatkan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) lokal dengan meningkatkan pendapatan dari industri pariwisata seperti akomodasi, makanan, transportasi, rekreasi, dan belanja. Peningkatan jumlah wisatawan biasanya berpengaruh baik terhadap peningkatan PDB daerah.

c. Pengaruh Penerimaan Devisa

Pengembangan pariwisata meningkatkan penerimaan devisa dengan meningkatkan pendapatan dari penjualan produk dan jasa wisata. Peningkatan penerimaan devisa meningkatkan cadangan devisa dan mempengaruhi stabilitas ekonomi.<sup>22</sup> Bagi sebagian besar negara, pariwisata internasional merupakan sumber devisa penting, karena wisatawan asing membawa mata uang milik negaranya yang dapat digunakan untuk membiayai impor dan menambah cadangan devisa negara. Peningkatan penerimaan devisa ini dapat membantu menjaga stabilitas ekonomi dan nilai tukar.

d. Efek dari Pembentukan Lapangan Kerja

Sektor pariwisata menciptakan sejumlah lapangan kerja secara langsung dan tidak langsung. Industri pariwisata membutuhkan pekerja diberbagai sektor

e. Pengaruh Pengembangan Wilayah

Pengembangan pariwisata meningkatkan pengembangan wilayah dengan meningkatkan infrastruktur, seperti jalan, transportasi, dan fasilitas wisata serta layanan public lainnya. Pengembangan ini tidak hanya mendukung sector pariwisata tetapi

---

<sup>22</sup> Dewi and Ni Putu Martini Dewi, "Faktor Penentu Penerimaan Devisa Di Provinsi Bali: Analisis Partial Adjustment Model."

juga meningkatkan aksesibilitas dan kualitas hidup masyarakat setempat. Dengan adanya pariwisata dapat mengubah daerah tersebut menjadi pusat ekonomi baru.

f. Pengaruh Pengembangan Usaha

Bisnis kecil dan menengah (UMKM) seperti *took* oleh-oleh, *homestay*, dsb. Dapat berkembang berkat adanya pariwisata. Pertumbuhan sektor pariwisata dapat meningkatkan ekonomi lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mendorong inovasi dan diversifikasi usaha di wilayah wisata.

g. Pengaruh Pengembangan Industri

Sektor terkait seperti transportasi, makanan dan minuman, tekstil, dan kerajinan tangan semuanya berkembang sebagai hasil dari peningkatan permintaan karena adanya pariwisata. Produksi meningkat dan nilai tambah meningkat.

h. Pengaruh Pengembangan Masyarakat

Melalui berbagai program pemberdayaan dan pelatihan, pariwisata dapat membantu mengembangkan masyarakat. Destinasi wisata seringkali melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangannya, yang membantu meningkatkan keterampilan mereka dan memberdayakan komunitas. Pariwisata yang berkelanjutan juga sering mendorong pelestarian lingkungan dan budaya lokal, yang dapat meningkatkan rasa bangga dan identitas lokal.

i. Pengaruh Pengembangan Ekonomi

Pengembangan pariwisata meningkatkan pengembangan ekonomi dengan meningkatkan pendapatan, PDB, dan penerimaan devisa. Pengembangan ekonomi meningkatkan stabilitas ekonomi dan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi.<sup>23</sup>

j. Efektifitas Pengembangan Kualitas Hidup

---

<sup>23</sup> Dewi and Ni Putu Martini Dewi.

Pariwisata yang berkembang dengan baik dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan akses ke layanan kesehatan dan Pendidikan. Selain itu, pariwisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab mendorong pelestarian budaya dan lingkungan, yang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dalam jangka Panjang.

#### 4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Wisata

Berikut ini adalah beberapa penelitian yang membahas bagaimana infrastruktur meningkatkan aksesibilitas dan kualitas hidup masyarakat:

- a. Pengaruh Infrastruktur Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Destinasi Wisata Kabupaten Lombok Utara, penelitian yang dilakukan oleh Yanti Yusra, dan Siti Hardiyanti. Mengkaji bagaimana infrastruktur pariwisata di Lombok Utara, seperti akses jalan, fasilitas penginapan, dan fasilitas umum lainnya, mempengaruhi kepuasan wisatawan dan dampaknya terhadap kualitas hidup masyarakat.
- b. Analisis Dampak Pengembangan Infrastruktur Pariwisata terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Kawasan Pantai Anyer, penelitian ini dilakukan oleh Ahmad Firdaus, dan Rina Oktaviani. Dimana penelitian ini membahas mengenai dampak pengembangan infrastruktur pariwisata di Kawasan Pantai Anyer terhadap kesejahteraan masyarakat lokal, mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.
- c. Infrastruktur Pariwisata dan Dampaknya terhadap Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Pulau Bali, penelitian ini dikaji oleh I Ketut Surya, dan Ni Made Ayu Sri Wulan. Dimana study ini membahas peran infrastruktur pariwisata dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Bali dan bagaimana hal ini meningkatkan aksesibilitas dan kualitas hidup masyarakat setempat.
- d. Evaluasi Infrastruktur Pariwisata dan Dampaknya terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru,

dikaji oleh Ari Setiawan, dan Rina Suryani. Penelitian ini mengevaluasi infrastruktur pariwisata di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dan dampaknya terhadap kepuasan wisatawan serta kualitas hidup masyarakat sekitar.

- e. Dampak Pembangunan Infrastruktur Pariwisata terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Desa Wisata Penglipuran, Bali. Di kaji oleh Ni Luh Made Pertiwi, dan I Made Wardana. Penelitian ini mengkaji dampak pembangunan infrastruktur pariwisata di Desa Wisata Penglipuran, Bali, terhadap kesejahteraan masyarakat lokal, dengan fokus pada aspek ekonomi, sosial, dan budaya.
- f. Peran Infrastruktur dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata di Kawasan Danau Toba, penelitian ini dilakukan oleh Budi Santoso, dan Eka Putri. Membahas mengenai peran infrastruktur, seperti jalan, transportasi, dan fasilitas umum lainnya, dalam mendukung pengembangan pariwisata di Kawasan Danau Toba dan dampaknya terhadap kualitas hidup masyarakat setempat.

Selain infrastruktur pariwisata yang menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan wisata, promosi juga termasuk salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan wisata. Promosi dan pemasaran pariwisata adalah serangkaian tindakan dan strategi yang digunakan untuk meningkatkan visibilitas objek wisata, menarik minat wisatawan, dan meningkatkan jumlah kunjungan. Berikut ini beberapa contoh strategi yang dinilai cukup efektif untuk promosi dan pemasaran destinasi wisata yang sedikit banyaknya telah diterapkan oleh pihak pengelola pariwisata Waduk Malahayu:

- a. Promosi online: menciptakan situs web yang informatif dan menarik serta menggunakan *platform* media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter untuk mempromosikan tempat wisata dengan konten-konten yang menarik dan interaktif.

- b. Penyelenggaraan acara: seperti festival, atau acara budaya yang dirancang untuk menarik pengunjung dan menarik perhatian wisatawan.

