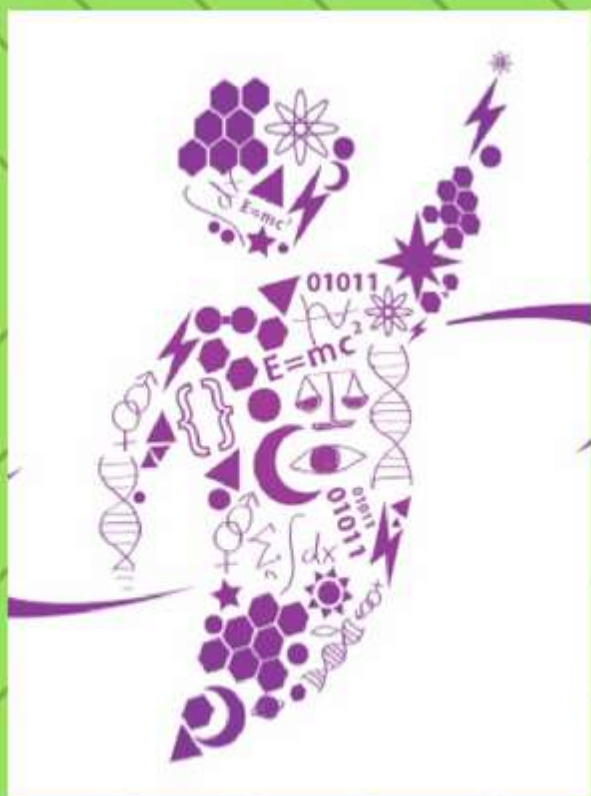


PELATIHAN ONLINE

2019

**SMA
GEOGRAFI**

po.alcindonesia.co.id



WWW.ALCINDONESIA.CO.ID

@ALCINDONESIA

085223273373

GEOGRAFI PARIWISATA DAN MANAJEMEN PARIWISATA

Pengertian Manajemen Pariwisata

Menurut definisi yang luas pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat 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. Suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata bila memenuhi tiga persyaratan yang diperlukan, yaitu : (dikutip dari Ekonomi Pariwisata, hal 21)

- a. Harus bersifat sementara
- b. Harus bersifat sukarela (voluntary) dalam arti tidak terjadi karena dipaksa
- c. Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah ataupun bayaran

Dalam kesimpulannya pariwisata adalah keseluruhan fenomena (gejala) dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia di luar tempat tinggalnya. Dengan maksud bukan untuk tinggal menetap dan tidak berkaitan dengan pekerjaan-pekerjaan yang menghasilkan upah.

Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata (Yoeti, 1997, p.194). Wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Sedangkan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. "Tourism is an integrated system and can be viewed in terms of demand and supply. The demand is made up of domestic and international tourist market. The supply is comprised of transportations, tourist attractions and activities, tourist facilities, services and related infrastructure, and information and promotion. Visitors are defined as tourist and the remainder as same-day visitors".

Pada garis besarnya, definisi tersebut menunjukkan bahwa kepariwisataan memiliki arti keterpaduan yang di satu sisi diperani oleh faktor permintaan dan faktor ketersediaan. Faktor permintaan terkait oleh permintaan pasar wisatawan domestik dan mancanegara. Sedangkan faktor ketersediaan dipengaruhi oleh transportasi, atraksi wisata dan aktifitasnya, fasilitas-fasilitas, pelayanan dan prasarana terkait serta informasi dan promosi.

Berikut pengertian manajemen menurut beberapa ahli :

1. Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan daripada sumberdaya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (By : Drs. Oey Liang Lee)
2. Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian dan penggunaan sumberdaya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. (By : James A.F. Stoner)
3. Manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumberdaya lainnya. (By : R. Terry)
4. Manajemen adalah seni pencapaian tujuan yang dilakukan melalui usaha orang lain. (By : Lawrence A. Appley)
5. Manajemen adalah usaha untuk mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain. (By : Horold Koontz dan Cyril O'donnel)

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Manajemen Pariwisata adalah suatu tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumberdaya lainnya dalam bidang pariwisata.

Jenis-jenis Pariwisata

Menurut Pendit (1994), pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut :

1. Wisata Budaya

Yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka. Seiring perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan—kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan—kegiatan budaya, seperti eksposisi seni (seni tari, seni drama, seni musik, dan seni suara), atau kegiatan yang bermotif kesejarahan dan sebagainya.

2. Wisata Maritim atau Bahari

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olah raga di air, lebih-lebih di danau, pantai, teluk, atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah-daerah atau negara-negara maritim, di Laut Karibia, Hawaii, Tahiti, Fiji dan sebagainya.

3. Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi)

Untuk jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

4. Wisata Konvensi

Yang dekat dengan wisata jenis politik adalah apa yang dinamakan wisata konvensi. Berbagai negara pada dewasa ini membangun wisata konvensi ini dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik yang bersifat nasional maupun internasional.

5. Wisata Pertanian (Agrowisata)

Sebagai halnya wisata industri, wisata pertanian ini adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur-mayur dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.

6. Wisata Buru

Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan, seperti berbagai negeri di Afrika untuk berburu gajah, singa, ziraf, dan sebagainya.

7. Wisata Ziarah

Jenis wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ziarah banyak dilakukan oleh perorangan atau

rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.

Tipologi Wisatawan

Menurut Plog (1972) dan Pitana (2005), menjelaskan konsep sosiologi tentang wisatawan menjadi sangat penting, kemudian Plog mengelompokkan tipologi wisatawan sebagai berikut:

1. *Allocentris*, yaitu wisatawan hanya ingin mengunjungi tempat-tempat yang belum diketahui, bersifat petualangan, dan mau memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh masyarakat local.
2. *Psycocentris*, yaitu wisatawan yang hanya ingin mengunjungi daerah tujuan wisata sudah mempunyai fasilitas dengan standar yang sama dengan di negaranya.
3. *Mid-Centris*, yaitu terletak diantara tipologi *Allocentris* dan *Psycocentris*

Menurut Pitana (2005), tipologi wisatawan perlu diketahui untuk tujuan perencanaan, termasuk dalam pengembangan kepariwisataan, tipologi yang lebih sesuai adalah tipologi berdasarkan atas kebutuhan riil wisatawan sehingga pengelola dalam melakukan pengembangan objek wisata sesuai dengan segmentasi wisatawan.

Ekologi Pariwisata

Ekologi pariwisata adalah ilmu yang mempelajari hubungan timbal balik antar unsur hayati yang dapat dibudidayakan dan nonhayati yang dapat dikelola untuk kegiatan pariwisata tanpa harus menyimpang dari tata alam yang ada (Pencagaran). Alam dapat dimanfaatkan untuk kegiatan pariwisata dengan menerapkan asas pencagaran sebagai berikut:

1. *Benefisiasi*; kegiatan kerja meningkatkan manfaat tata lingkungan dengan teknologi tepatguna, sehingga yang semula tidak bernilai yang menguntungkan, menjadi meningkat nilainya secara sosial, ekonomi, dan budaya.
2. *Optimalisasi*; usaha mencapai manfaat seoptimal mungkin dengan mencegah kemungkinan terbuangnya salah satu unsur sumberdaya alam dan sekaligus meningkatkan mutunya.
3. *Alokasi*; suatu usaha yang berkaitan dengan kebijakan pembangunan dalam menentukan peringkat untuk mengusahakan suatu tata lingkungan sesuai dengan fungsinya, tanpa mengganggu atau merusak tata alamnya.
4. *Reklamasi*; memanfaatkan kembali bekas atau sisa suatu kegiatan kerja yang sudah ditinggalkan untuk dimanfaatkan kembali bagi kesejahteraan hidup manusia.

5. Substitusi; suatu usaha mengganti atau mengubah tata lingkungan yang sudah menyusut atau pudar kualitasnya dan kuantitasnya, dengan sesuatu yang sama sekali baru sebagai tiruannya atau lainnya dengan mengacu pada tata lingkungannya
6. Restorasi; mengembalikan fungsi dan kemampuan tata lingkungan alam atau budayanya yang sudah rusak atau terbengkalai, agar kembali bermanfaat bagi kesejahteraan hidup manusia.
7. Integrasi; pemanfaatan tata lingkungan secara terpadu hingga satu dengan yang lainnya saling menunjang, setidaknya antara perilaku budaya manusia dengan unsur lingkungannya baik bentukan alam, ataupun hasil binaannya.
8. Preservasi; suatu usaha mempertahankan atau mengawetkan runtunan alami yang ada, sesuai dengan hukum alam yang berlaku hingga dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan.

Jaringan Kegiatan Pariwisata

Kegiatan pariwisata pada dasarnya dapat dipadu dalam satu jaringan kegiatan kerja yang diawali oleh adanya kegiatan manusia yang melakukan perjalanan di darat, di laut dan di udara. Kegiatan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata (Alam, budaya maupun minat khusus) pada daerah tujuan wisata dipengaruhi oleh adanya promosi wisata, kemudahan transportasi, restorasi, akomodasi serta pelayanan pemandu wisata.

Kajian Manajemen Pariwisata

Untuk dapat menghubungkan antara konsep manajemen dan pariwisata terlebih dahulu akan dijelaskan konsep-konsep sebagai berikut:

(1) Aspek Penawaran Pariwisata

Menurut Medlik 1980 dalam Ariyanto 2005, ada empat aspek (4A) yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Aspek-aspek adalah:

- a) *Attraction* (daya tarik), dimana daerah tujuan wisata dalam menarik wisatawan hendaknya memiliki daya tarik baik daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya .
- b) *Accesable* (bisa dicapai), hal ini dimaksudkan agar wisata domestik dan mancanegara dapat dengan mudah dalam pencapaian tujuan ke tempat wisata
- c) Fasilitas (*Amenities*), syarat yang ketiga ini memang menjadi salah satu syarat Daerah Tujuan Wisata (DTW) dimana wisatawan dapat dengan kerasan tinggal lebih lama di Daerah tersebut.
- d) Adanya Lembaga Pariwisata (*Ancillary*). Wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari DTW (Daerah Tujuan Wisata) apabila di daerah tersebut wisatawan dapat

merasakan keamanan, (*Protection of Tourism*) dan terlindungi baik melaporkan maupun mengajukan suatu kritik dan saran mengenai keberadaan mereka selaku pengunjung / Orang bepergian.

(2) Aspek Permintaan Pariwisata

Lebih lanjut Menurut Medlik 1980 dalam Ariyanto 2005, menjelaskan ada tiga pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan permintaan pariwisata, tiga pendekatan tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Pendekatan ekonomi, pendapat para ekonom mengatakan dimana permintaan pariwisata menggunakan pendekatan elastisitas permintaan/pendapatan dalam menggambarkan hubungan antara permintaan dengan tingkat harga ataukah permintaan dengan variable lainnya.
- b) Pendekatan geografi, sedangkan para ahli geografi berpendapat bahwa untuk menafsirkan permintaan harus berpikir lebih luas dari sekedar penaruh harga, sebagai penentu permintaan karena termasuk yang telah melakukan perjalanan maupun yang karena suatu hal belum mampu melakukan wisata karena suatu alasan tertentu.
- c) Pendekatan psikologi, para ahli psikologi berpikir lebih dalam melihat permintaan pariwisata, termasuk interaksi antara kepribadian calon wisatawan, lingkungan dan dorongan dari dalam jiwanya untuk melakukan kepariwisataan.

(3) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata

Menurut Medlik 1980 dalam Ariyanto 2005, faktor-faktor utama dan faktor lain yang mempengaruhi permintaan pariwisata dapat dijelaskan sebagai berikut,

- a) Harga, harga yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata maka akan memberikan imbas/timbal balik pada wisatawan yang akan bepergian/calon wisata, sehingga permintaan wisatapun akan berkurang begitupula sebaliknya.
- b) Pendapatan, apabila pendapatan suatu negara tinggi maka kecendrungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi dan bisa jadi mereka membuat sebuah usaha pada DTW jika dianggap menguntungkan.
- c) Sosial Budaya, dengan adanya sosial budaya yang unik dan bercirikan atau dengan kata lain berbeda dari apa yang ada di negara calon wisata berasal maka, peningkatan permintaan terhadap wisata akan tinggi hal ini akan membuat sebuah keingintahuan dan penggalian pengetahuan sebagai khasanah kekayaan pola pikir budaya mereka.

- d) Sospol (Sosial Politik), dampak sosial politik belum terlihat apabila keadaan DTW dalam situasi aman dan tenteram, tetapi apabila hal tersebut berseberangan dengan kenyataan, maka Sospol akan sangat terasa dampak/pengaruhnya dalam terjadinya permintaan.
- e) Intensitas Keluarga, banyak/sedikitnya keluarga juga berperan serta dalam permintaan wisata hal ini dapat diratifikasi bahwa jumlah keluarga yang banyak maka keinginan untuk berlibur dari salah satu keluarga tersebut akan semakin besar, hal ini dapat dilihat dari kepentingan wisata itu sendiri.
- f) Harga barang Substitusi, disamping kelima aspek diatas, harga barang pengganti juga termasuk dalam aspek permintaan, dimana barang-barang pengganti dimisalkan sebagai pengganti DTW yang dijadikan cadangan dalam berwisata seperti : Bali sebagai tujuan Wisata utama di Indonesia, akibat suatu dan lain hal Bali tidak dapat memberikan kemampuan dalam memenuhi syarat-syarat DTW sehingga secara tidak langsung wisatawan akan mengubah tujuannya kedaerah terdekat seperti Malaysia (Kuala Lumpur dan Singapura).
- g) Harga barang Komplementer, merupakan sebuah barang yang saling membantu atau dengan kata lain barang komplementer adalah barang yang saling melengkapi, dimana apabila dikaitkan dengan pariwisata barang komplementer ini sebagai obyek wisata yang saling melengkapi dengan Obyek Wisata lainnya.

Pengembangan Pariwisata

Suatu obyek pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati pengunjung, yaitu :

- a. Something to see adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa di lihat atau di jadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.
- b. Something to do adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di sana.
- c. Something to buy adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau icon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh. (Yoeti, 1985, p.164).

Dalam pengembangan pariwisata perlu ditingkatkan langkah-langkah yang terarah dan terpadu terutama mengenai pendidikan tenaga-tenaga kerja dan perencanaan pengembangan fisik. Kedua hal tersebut hendaknya saling terkait sehingga pengembangan tersebut menjadi realistis dan proporsional.

Agar suatu obyek wisata dapat dijadikan sebagai salah satu obyek wisata yang menarik, maka faktor yang sangat menunjang adalah kelengkapan dari sarana dan prasarana obyek wisata tersebut. Karena sarana dan prasarana juga sangat diperlukan untuk mendukung dari pengembangan obyek wisata. Menurut Yoeti dalam bukunya Pengantar Ilmu Pariwisata (1985, p.181), mengatakan : “Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam”. Prasarana tersebut antara lain :

- a. Perhubungan : jalan raya, rel kereta api, pelabuhan udara dan laut, terminal.
- b. Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih.
- c. Sistem telekomunikasi, baik itu telepon, telegraf, radio, televise, kantor pos
- d. Pelayanan kesehatan baik itu puskesmas maupun rumah sakit.
- e. Pelayanan keamanan baik itu pos satpam penjaga obyek wisata maupun pos-pos polisi untuk menjaga keamanan di sekitar obyek wisata.
- f. Pelayanan wisatawan baik itu berupa pusat informasi ataupun kantor pemandu wisata.
- g. Pom bensin
- h. Dan lain-lain. Sarana kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung dan hidup serta kehidupannya tergantung pada kedatangan wisatawan. Sarana kepariwisataan tersebut adalah :
 - Perusahaan akomodasi : hotel, losmen, bungalow.
 - Perusahaan transportasi : pengangkutan udara, laut atau kereta api dan bus-bus yang melayani khusus pariwisata saja.
 - Rumah makan, restaurant, depot atau warung-warung yang berada di sekitar obyek wisata dan memang mencari mata pencaharian berdasarkan pengunjung dari obyek wisata tersebut.

Toko-toko penjual cinderamata khas dari obyek wisata tersebut yang notabene mendapat penghasilan hanya dari penjualan barang-barang cinderamata khas obyek tersebut.

SOAL

1. Objek wisata alam Ueno Park yang terkenal dengan bunga Sakuranya terdapat di kota
 - A. Kobe
 - B. Chukyo
 - C. Tokyo
 - D. Kyoto
 - E. Sendai

2. Data per Januari 2013 menunjukkan wisatawan Australia menempati urutan pertama yang berkunjung ke pulau Bali, disusul China dan Jepang. Faktor yang mendorong wisatawan Australia banyak berkunjung ke Bali adalah
 - A. Destinasi wisata Bali masih terjaga baik
 - B. Bali merupakan negeri ke dua setelah negaranya
 - C. Banyak bangsa Australia yang bermukim di Bali
 - D. Jarak Australia - Bali cukup dekat
 - E. Bali tempat paling aman di dunia

3. Perhatikan table di bawah ini

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan ke Bali

Negara	2011	2012
Arab Saudi	1269	1578
Mesir	808	1264
Kuwait	341	628
Oman	420	703
Uni Emirat Arab	465	694

Dari table di atas, Negara manakah yang mengalami kenaikan kunjungan wisatawan paling besar ke Bali ?

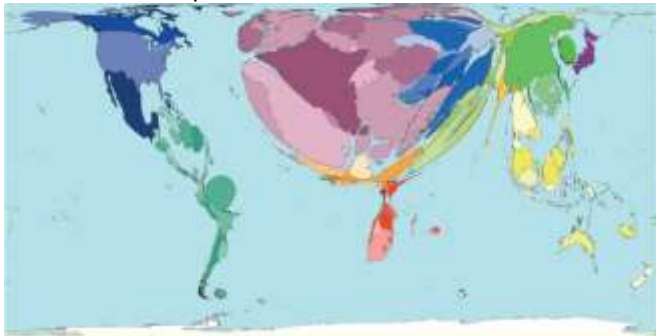
- A. Arab Saudi
 - B. Mesir
 - C. Kuwait
 - D. Oman
 - E. Uni Emirat Arab
4. Guna menunjang pengembangan pariwisata yang tersebar di berbagai pelosok tanah air, maka factor yang sangat terkait untuk dikembangkan adalah

- A. Promosi dan komunikasi
 - B. Promosi dan transportasi
 - C. Atraksi dan pelayanan
 - D. Komunikasi dan atraksi
 - E. Transportasi dan komunikasi
5. Pulau terbaik sebagai objek pariwisata Asia terdapat di Indonesia, Malaysia, Thailand, Jepang, dan Filipina. Objek di Filipina adalah pulau
- A. Luzon
 - B. Palawan
 - C. Mindanau
 - D. Mindoro
 - E. Panay
6. Sam Poo Kong merupakan salah satu bangunan bersejarah yang terletak di dan merupakan tempat persinggahan rakyat Tiongkok yang dipimpin oleh
- A Semarang, Laksamana Cheng Ho
 - B Semarang, Laksamana Longqing
 - C Surabaya, Kaisar Wanli
 - D Jakarta, Kaisar Jiajing
 - E Surabaya, Laksamana Maeda
7. Dalam prinsip pembangunan pariwisata ada tiga unsur terpenting yang harus diperhatikan yakni ...
- A *Something to buy, something to see, something to do*
 - B *Something to buy, something to produce, something to distribute*
 - C *Something to learn, something to see, something to consume*
 - D *Something to do, something to reach, something to go*
 - E *Something to eat, something to joy, something to learn*
8. Ada dua geopark indonesia yang sudah termasuk skala global dalam dan di akui oleh UNESCO, salah satunya yakni..
- A Goa Pawon Geopark, Bandung
 - B Gunung Sewu Geopark, Yogyakarta
 - C Geopark Ranah Minang, Sumatra Barat
 - D Geopark Cileutuh, Sukabumi
 - E Toba Caldera Geopark, Samosir.
9. Negara yang memiliki pembangkit listrik tenaga air (PLTA) terbesar ketiga di dunia saat ini adalah ...
- A. Tucurui, Brazil
 - B. Guri, Venezuela
 - C. Grand Coulee, Amerika Serikat
 - D. Three Gorges, China
 - E. Itaipu, Paraguay

10. Sebuah kota yang dikembangkan semenjak jaman kolonialisme bangsa Eropa atas bangsa Asia ini terletak di negara Tiongkok saat ini telah menjadi pusat kasino terbesar di Asia Pasifik dan menjadi kunjungan utama turis yang datang ke Tiongkok. Kota yang dimaksud adalah... .

- A Hongkong
- B Shanghai
- C Beijing
- D Shenzen
- E Macau

11. Perhatikan peta di bawah ini:



Peta di atas menunjukkan negara-negara Eropa, Amerika Utara, Singapura, dan Asia Timur berukuran besar dibandingkan wilayah lain di dunia. Data yang ditampilkan oleh peta tersebut adalah... .

- A Daerah tujuan belajar orang Indonesia
- B Daerah tujuan dagang bahan mentah Indonesia
- C Daerah tujuan wisata warga dunia
- D Dearah tujuan migrasi warga dunia
- E Daerah tujuan ekspor bahan mentah negara-negara berkembang

12. Negara tujuan utama rakyat Indonesia untuk melakukan wisata kesehatan adalah... .

- A Singapura
- B Australia
- C Eropa
- D Malaysia
- E Amerika Utara

13. Perhatikan gambar di bawah ini:



Salah satu atraksi wisata yang bisa dicoba di negara Eropa ini adalah berlayar menyusuri kanal-kanal yang sengaja dibuat melintasi bagian-bagian kota. Letak wilayah pada gambar di atas adalah di negara....

- A Perancis
- B Italia
- C Yunani
- D Belanda
- E Inggris

14. Perhatikan gambar di bawah ini:



Beberapa negara menggunakan strategi pemasaran objek wisata mereka dengan berbagai istilah. Salah satunya “**gembok cinta**” yang ada di gambar di atas yang letaknya dekat dengan menara Namsan. Letak objek wisata ini adalah di negara... .

- A Jepang
- B Tiongkok
- C Taiwan
- D Korea Selatan
- E Thailand

15. Ketiadaan sumberdaya alam yang mencukupi dan sempitnya luas negara, Singapura mengandalkan pengembangan sektor pariwisatanya yang sangat menonjolkan... .

- A Keindahan alamnya
- B Kemajuan negaranya
- C Keramahan penduduknya
- D Murahness harga barang
- E Kepastian hukum

16. Perhatikan grafik pertumbuhan jumlah turis dunia berikut ini:



Peingkatan tertinggi terjadi antara tahun... .

- A 1991-1992
- B 1995-1996
- C 1998-1999
- D 1999-2000
- E 2003-2004

17. Negara tujuan utama turis di Asia Pasifik adalah... .

- A Jepang
- B Tiongkok
- C Taiwan
- D Singapura
- E Indonesia

18. Berikut ini merupakan dampak negatif lokasi wisata terhadap aspek budaya masyarakat setempat, yaitu....

- A Masyarakat semakin berpikiran terbuka
- B Terjadi perpaduan budaya
- C Konsumerisme menjangkiti masyarakat
- D Pergaulan masyarakat semakin menginternasional
- E Pertunjukan tradisi mendapatkan sumber dana pengembangan

19. Peran singkong sebagai salah satu sumber pangan utama dunia semakin meningkat. Singkong tahan terhadap kekeringan dan dapat tumbuh meskipun ditanam di tanah yg kurang subur. Sekitar 22% produksi singkong dunia dihasilkan dari negara

- A Indonesia
- B Brazil
- C Nigeria
- D Republik Demokratik Kongo
- E South Sudan

20.



Di tepi sungai apakah landmark Gateway Arch dibangun?

- A Ohio
- B Missouri
- C Mississippi
- D Illinois
- E Colorado

21.



Gambar diatas menunjukkan satu- satunya air terjun bawah laut di...

- A Seychelles
- B Mauritius
- C Comoro
- D Canary Islands
- E Faroe Island

22. Meskipun populasi dunia terus meningkat, beberapa Negara justru penduduknya semakin berkurang, di antaranya adalah...

- A Bangladesh, Laos, Nepal
 - B Bolivia, Kolombia, Peru
 - C Bulgaria, Hungaria, Ukraina
 - D Canada, Rusia, USA
 - E Jepang, India, Jerman.
23. Oceania adalah sebuah daerah yang terletak di Samudera Pasifik berupa gugusan pulau-pulau kecil dengan pantai yang sangat indah. Dalam beberapa dekade terakhir kunjungan pariwisata di Oceania meningkat secara signifikan. Di bawah ini manakah yang bukan faktor yang meningkatkan kunjungan pariwisata di Oceania:
- a. Meningkatnya perdagangan internasional
 - b. Promosi pariwisata yang semakin gencar dilakukan oleh negara-negara Oceania
 - c. Semakin banyaknya jumlah rute penerbangan ke Oceania yang dibuka
 - d. Kondisi sosial masyarakat Oceania yang semakin terbuka dengan dunia luar
 - e. Dikembangkannya berbagai tempat wisata yang menarik di Oceania
24. Dibawah ini yang bukan merupakan prinsip kepariwisataan Indonesia adalah...
- a. CBT (*community Basic Tourism*)
 - b. Berwawasan budaya
 - c. Berwawasan lingkungan
 - d. Keterpaduan
 - e. Kedaerahan
25. Dalam pengembangan suatu daerah pariwisata, ada tiga syarat utama yang harus dipenuhi agar daerah tersebut menarik untuk dikunjungi. Tiga syarat tersebut yaitu:
- a. *Something to see, something to do, something to eat*
 - b. *Something to see, something to enjoy, something to buy*
 - c. *Something to see, something to do, something to buy*
 - d. *Something to see, something to attract, something to get*
 - e. *Something to see, something to do, something to memorize*
26. Dalam dunia pariwisata, terdapat faktor-faktor pendorong tumbuhnya pariwisata di suatu daerah yang biasa dikenal sebagai faktor 4A, di bawah ini yang bukan merupakan faktor 4A tersebut adalah...
- a. Atraksi wisata (*Attraction*)
 - b. Keterjangkauan (*Accessibility*)
 - c. Sarana dan prasarana (*Amenities*)
 - d. Kelembagaan (*Ancillary*)
 - e. Akomodasi (*Accommodation*)
27. Sapta Pesona merupakan kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu daerah atau wilayah di negara kita. Berikut adalah 7 unsur sapta pesona :
- a. Aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah, kenangan

- b. Aman, nyaman, tertib, damai, indah, sejuk, kenangan
 - c. Aman, menarik, tertib, ramah tamah, indah, bersih, kenangan
 - d. Aman, sehat, nyaman, tertib, indah, sejuk, kenangan
 - e. Aman, sehat, menarik, tertib, sejuk, kenangan, bersih
28. Salah satu tujuan yang ingin diciptakan dari Sapta Pesona ada suatu kondisi dimana wisatawan dapat merasakan dan mengalami suasana yang bebas dari ancaman , gangguan, serta tindak kekerasan dan kejahatan merasa terlindungi dan bebas dari tindak kejahatan, penyakit menular, kecelakaan maupun gangguan masyarakat. Pengertian tersebut mengacu kepada :
- a. Tertib
 - b. Sehat
 - c. Damai
 - d. Aman
 - e. Nyaman
29. Dalam proses perencanaan pariwisata, haruslah berdasakan hal-hal antara lain, kecuali...
- a. Inventarisasi dan identifikasi serta evaluasi objek wisata
 - b. Menghitung pasaran wisata dan memproyeksikan, meperhatikan permintaan (demand), serta persediaan (suplay)
 - c. Perlindungan terhadap ODTW
 - d. Pembangunan fasilitas hiburan
 - e. Melakukan perkiraan perawatan dan pengembangan kawasan wisata
30. Gambar di samping adalah satu oleh – oleh wisata yang unik dari sebuah negara, nama boneka ini adalah boneka Matryoshka. Dimanakah nama negara boneka ini berasal?
- a. Kazakhstan
 - b. Turkmenistan
 - c. Uzbekistan
 - d. Rusia
 - e. Ukraina

