

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Definisi Geografi dan Geografi Pariwisata**

Menurut Hartshorne dalam Suharyono dan Moch. Amien (1994:12) geografi didefinisikan sebagai diferensiasi areal fenomena-fenomena yang bertautan di muka bumi dalam arti pentingnya bagi manusia. Menurutnya sasaran utama geografi adalah *the uniquely varying character of the earth surface*. Sedangkan menurut Bintarto (1977: 9), *Geografi merupakan ilmu pengetahuan yang mencitrakan (to describe), menerangkan sifat-sifat bumi, menganalisa gejala-gejala alam dan penduduk, serta mempelajari corak yang khas mengenai kehidupan dan berusaha mencari fungsi dari unsur-unsur bumi dalam ruang dan waktu.*

Geografi pariwisata adalah cabang dari bidang ilmu geografi yang mengkaji berbagai hal yang terkait dengan aktivitas perjalanan wisata, meliputi karakteristik destinasi (objek) wisata, aktivitas dan berbagai fasilitas wisata serta aspek lain yang mendukung kegiatan pariwisata di suatu daerah (wilayah) ([smart-pustaka.blogspot.com](http://smart-pustaka.blogspot.com)).

## **2. Prinsip Geografi**

### **a. Prinsip Penyebaran**

Gejala dan fakta geografi, baik yang berkenaan dengan alamnya, maupun mengenai kemanusiaannya, tersebar di permukaan bumi. Penyebaran gejala dan fakta tadi, tidak merata dari satu wilayah ke wilayah lainnya. Dengan memperhatikan dan menggambarkan penyebaran gejala dan fakta tadi dalam ruang, kita telah dibimbing untuk mengungkapkan persoalan yang berkenaan dengan gejala dan fakta tadi. Prinsip penyebaran dalam ruang ini, menjadi kunci pertama pada Geografi dan Studi Geografi.

### **b. Prinsip Interelasi**

Prinsip ini merupakan dasar kedua yang digunakan untuk menelaah dan mengkaji gejala dan fakta geografi. Prinsip ini secara lengkap adalah interelasi dalam ruang. Setelah kita melihat penyebaran gejala dan fakta geografi dalam ruang atau wilayah-wilayah tertentu, kita akan mengungkapkan pula hubungannya satu sama lain. Hubungan tersebut dapat berupa hubungan antara faktor fisis dengan faktor fisis, faktor manusia dengan faktor manusia, serta antara faktor fisis dengan faktor manusia. Dari antar hubungannya itu, dapat diungkapkan karakteristik gejala dan fakta geografi di tempat atau wilayah tertentu.

### **c. Prinsip Deskripsi**

Penjelasan atau deskripsi merupakan suatu prinsip pada Geografi dan Studi Geografi untuk memberikan gambaran lebih jauh tentang

gejala dan masalah yang dipelajari. Prinsip ini ini tidak hanya dapat dilaksanakan melalui kata-kata dan peta, melainkan juga dapat dilaksanakan dengan menggunakan diagram, grafik, dan tabel.

#### **d. Prinsip Korologi**

Prinsip korologi merupakan prinsip geografi yang komprehensif karena memadukan prinsip-prinsip lainnya. Prinsip ini merupakan ciri dari geografi modern. Prinsip ini memperhatikan penyebaran, interelasi, dan interaksi segala unsur atau segala komponen di permukaan bumi sebagai suatu ruang, yang membentuk kesatuan fungsi.

### **3. Konsep Geografi**

Dalam seminar dan lokakarya yang diselenggarakan di Semarang tahun 1989 dan 1990 diusulkan sepuluh konsep esensial geografi (Suharyono dan Moch. Amien, 1994:27-35), yaitu:

#### **a. Konsep Lokasi**

Lokasi disebut juga letak. Lokasi dapat dibedakan menjadi lokasi absolut dan lokasi relatif. Lokasi absolut menunjukkan letak yang tetap terhadap sistem grid atau kisi-kisi atau koordinat. Untuk menentukannya digunakan sistem koordinat garis lintang dan garis bujur yang telah disepakati bersama dan derajatnya dihitung dari garis ekuator (untuk garis lintang) dan garis meridian yang melalui Kota Greenwich (meridian nol). Letak ini bersifat tetap dan biasa disebut

letak astronomis. Lokasi relatif memiliki arti yang berubah-ubah berkaitan dengan keadaan daerah sekitarnya. Lokasi ini biasa disebut lokasi geografis.

#### **b. Konsep Jarak**

Jarak mempunyai arti penting bagi kehidupan sosial, ekonomi, maupun pertahanan. Jarak dapat merupakan faktor pembatas alami, sekalipun arti pentingnya bersifat relatif sejalan dengan kemajuan kehidupan dan teknologi. Jarak berkaitan erat dengan arti lokasi dan upaya pemenuhan kebutuhan, pengangkutan barang, dan penumpang. Jarak tidak hanya dinyatakan dengan ukuran jarak lurus di udara, tetapi dapat pula dinyatakan sebagai jarak tempuh, baik yang dikaitkan dengan waktu perjalanan yang diperlukan maupun satuan biaya angkutan.

#### **c. Konsep Keterjangkauan**

Keterjangkauan (*accessibility*) tidak selalu berkaitan dengan jarak, tetapi lebih berkaitan dengan kondisi medan atau ada tidaknya sarana angkutan atau komunikasi yang dapat dipakai. Konsep ini tidak hanya berlaku bagi wilayah, tetapi berlaku juga bagi individu.

#### **d. Konsep Pola**

Pola berkaitan dengan susunan bentuk atau persebaran fenomena dalam ruang di muka bumi, baik fenomena alami maupun sosial budaya. Geografi mempelajari pola-pola bentuk dan persebaran fenomena, memahami makna atau artinya, serta berupaya untuk

memanfaatkannya dan dimana mungkin juga mengintervensi atau memodifikasi pola-pola guna mendapatkan manfaat yang lebih besar.

**e. Konsep Morfologi**

Morfologi menggambarkan perwujudan daratan muka bumi sebagai hasil pengangkatan atau penurunan wilayah (secara geologi) yang lazimnya disertai erosi dan sedimentasi. Morfologi juga menyangkut bentuk lahan yang terkait dengan erosi dan pengendapan, penggunaan lahan, tebal tanah, ketersediaan air, dan jenis vegetasi yang dominan.

**f. Konsep Aglomerasi**

Aglomerasi merupakan kecenderungan persebaran yang bersifat mengelompok pada suatu wilayah yang relatif sempit yang paling menguntungkan, baik mengingat kesejenisan gejala maupun adanya faktor-faktor umum menguntungkan.

**g. Konsep Nilai Kegunaan**

Nilai kegunaan fenomena atau sumber-sumber di muka bumi bersifat relatif, tidak sama bagi semua orang atau golongan penduduk tertentu.

**h. Konsep Interaksi/Interdependensi**

Interaksi merupakan peristiwa yang saling mempengaruhi daya-daya, objek, atau tempat satu dengan yang lain. Setiap tempat dapat mengembangkan potensi sumber dan kebutuhan yang tidak selalu sama dengan apa yang ada di tempat lain.

**i. Konsep Diferensiasi Areal**

Setiap bentuk sebagai hasil integrasi berbagai unsur atau fenomena lingkungan, baik yang bersifat alam atau kehidupan, menjadikan suatu tempat atau wilayah mempunyai corak yang khas sebagai suatu region yang berbeda dari tempat atau wilayah yang lain. Unsur atau fenomena lingkungan yang bersifat dinamis menghasilkan karakteristik yang berubah dari waktu ke waktu.

**j. Konsep Keterkaitan Keruangan**

Keterkaitan keruangan atau asosiasi keruangan menunjukkan derajat keterkaitan persebaran fenomena dengan fenomena yang lain dari suatu tempat atau ruang baik yang menyangkut fenomena alam, tumbuhan, dan kehidupan sosial. Konsep ini tampak pada keterkaitan antara wisatawan dan andong.

Namun demikian, konsep yang digunakan dalam penelitian ini hanya konsep lokasi, jarak, dan nilai kegunaan. Oleh karena penelitian ini berkaitan dengan pariwisata, maka lokasinya juga di tempat-tempat wisata; dan karena transportasi menghubungkan dua tempat maka terdapat jarak yang harus ditempuh. Sedangkan nilai kegunaan andong adalah sebagai alat transportasi pendukung pariwisata Yogyakarta.

#### 4. Pendekatan Geografi

Dalam geografi terpadu (*integrated geography*) untuk mendekati atau menghampiri masalah dalam geografi digunakan bermacam-macam pendekatan atau hampiran (*approach*) yaitu pendekatan keruangan (*spatial analysis*), kelingkungan (*ecological analysis*) dan kewilayahan (*regional complex analysis*) (Bintarto,1979:12).

##### a. Pendekatan Keruangan (*Spatial Analysis*)

Pendekatan ini mempelajari perbedaan lokasi mengenai sifat-sifat penting atau seri sifat-sifat penting. Dalam *spatial analysis* ini yang harus diperhatikan adalah penyebaran penggunaan ruang yang telah ada dan penyediaan ruang yang akan digunakan untuk berbagai kegunaan yang direncanakan.

##### b. Pendekatan Kelingkungan (*Ecological Analysis*)

Kata ekologi berasal dari kata Yunani, yaitu *eco* yang berarti rumah atau rumah tangga yang diumpamakan sebagai suatu keluarga yang hidup bersama dan saling mengadakan interaksi di antara anggota keluarga tersebut. Dengan demikian, pendekatan ini digunakan untuk mengkaji interaksi antara organisme hidup, termasuk manusia, dengan lingkungan, dan antara organisme hidup dengan organisme hidup yang lain.

##### c. Pendekatan Kewilayahan (*Regional Complex Analysis*)

Pendekatan kewilayahan merupakan kombinasi antara pendekatan keruangan dan pendekatan kelingkungan. Dalam pendekatan ini

wilayah-wilayah tertentu didekati atau dihampiri dengan pengertian *areal differentiation*, yaitu suatu anggapan bahwa interaksi antar wilayah akan berkembang karena pada hakekatnya suatu wilayah berbeda dengan wilayah yang lain, sehingga akan menimbulkan permintaan dan penawaran antar wilayah tersebut. Selain itu, diperhatikan pula penyebaran fenomena tertentu, interaksi antara variabel manusia dan lingkungannya untuk kemudian dipelajari kaitannya, serta ramalan wilayah (*regional forecasting*) dan perancangan wilayah (*regional planning*).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kewilayahan (*regional complex analysis*) karena penelitian ini mengkaji interaksi antara andong dengan pariwisata Kota Yogyakarta, dengan melibatkan kusir andong, wisatawan, dan pemerintah sebagai pelaku dan penentu interaksi tersebut.

## **5. Pariwisata**

Pengertian pariwisata dalam arti murni adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha 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 (Oka A. Yoeti, 1993: 109).

*Pada hakikatnya berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat*



*tinggalnya. Dorongan untuk berwisata dapat dikarenakan berbagai kepentingan, seperti kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, menambah pengalaman, belajar, ataupun hanya sekedar ingin tahu (Suwanto, 2009:3).*

Hermann V. Schulalard, seorang ahli ekonomi bangsa Austria, dalam Oka A. Yoeti, 1993:105, telah memberikan batasan pariwisata sebagai berikut: *“Tourism is the sum of operations, mainly of an economic nature, which directly related to the entry, stay and movement of foreigner inside certain country, city or region”*. Prof. Salah Wahab, berkebangsaan Mesir, dalam bukunya yang berjudul *An Introduction on Tourism Theory* mengemukakan bahwa batasan pariwisata hendaknya memperlihatkan anatomi dari gejala-gejala yang terdiri dari tiga unsur, yaitu: manusia (*man*), yaitu orang yang melakukan perjalanan wisata; ruang (*space*), yaitu daerah atau ruang lingkup tempat melakukan perjalanan; dan waktu (*time*), yakni waktu yang digunakan selama dalam perjalanan dan tinggal di daerah tujuan wisata. (Oka A. Yoeti, 1993:106).

Berdasarkan unsur *man*, *space*, dan *time*, Prof. Salah Wahab merumuskan pengertian pariwisata sebagai berikut (Oka A. Yoeti, 1993:106-107):

*“A proposeful human activity that serves as a link between people either within one same country or beyond the geographical limits or states. It involves the temporary displacement of people to another region, country or continent for the satisfaction of varied needs other than exercising a remunerated function. For the concerned tourism is an industry who “product” are consumed on the spot forming “invisible-exports”. The benefit accruing there from can be witnessed in the economic, cultural and social life of its community”*.

Hakikat utama yang melahirkan pariwisata adalah perasaan manusia yang serba ingin tahu segala sesuatu selama hidup di dunia, baik di dalam maupun luar lingkungannya. Mereka ingin mengetahui keindahan dan keajaiban alam; cuaca yang berbeda-beda di berbagai negeri; kebudayaan; serta berbagai hal yang tidak ada dalam lingkungannya sendiri (Nyoman S. Pendit, 2002:17).

*Tourism resources* yaitu segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang mau berkunjung ke tempat tersebut. *Tourist services* adalah semua fasilitas yang dapat digunakan dan aktivitas yang dapat dilakukan yang pengadaannya disediakan oleh perusahaan lain secara komersial. *Tourist services* sebenarnya bukan merupakan daya tarik dalam kepariwisataan, tetapi kehadirannya diperlukan dalam pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah. *Tourist services* sebagai pendukung pariwisata turut berperan serta dalam menarik minat wisatawan, maka dengan demikian terjadi keterkaitan yang saling melengkapi antara *tourist resources* dengan *tourist services* (Oka A. Yoeti, 1993: 160-164).

Menurut R. S. Damardjati dalam Hari Karyono (1997: 24), industri pariwisata merupakan rangkuman dari berbagai macam bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk maupun jasa-jasa atau layanan (*services*), yang nantinya baik secara langsung ataupun tidak langsung akan dibutuhkan oleh para wisatawan selama perawatannya. Menurut Prajogo dalam J.J. Spillane (2001: 88), kata “industri”

mengandung pengertian suatu rangkaian perusahaan yang menghasilkan “produk” tertentu. Produk wisata yang sebenarnya bukanlah merupakan suatu produk yang “nyata”. Produk wisata merupakan rangkaian jasa yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga segi-segi yang bersifat sosial, psikologis, dan alamiah. Jasa-jasa yang diusahakan oleh berbagai perusahaan itu terkait menjadi suatu produk wisata. Rangkaian perusahaan yang biasanya merupakan unsur industri wisata ialah perusahaan penginapan, angkutan wisata, perusahaan biro perjalanan, perusahaan restoran, dan perusahaan hiburan.

Menurut Medlik dan Middleton dalam Oka A. Yoeti (1985: 14-15), hasil (*product*) industri pariwisata ialah semua jasa-jasa (*services*) yang dibutuhkan wisatawan semenjak berangkat meninggalkan tempat kediamannya sampai kembali ke rumah. Produk industri pariwisata terdiri dari bermacam-macam unsur atau merupakan suatu “*package*” yang tidak terpisah. Tiga golongan pokok produk industri pariwisata, yaitu:

- a. *Tourist objects* atau objek pariwisata yang terdapat pada daerah-daerah tujuan wisata, yang menjadi daya tarik orang-orang untuk datang berkunjung ke daerah tersebut.
- b. Fasilitas yang diperlukan di tempat tujuan tersebut, seperti akomodasi perhotelan (*accomodation*), bar dan restoran (*catering*), *entertainment* dan rekreasi.
- c. Transportasi yang menghubungkan negara asal wisatawan (*tourist generating countries*) dengan daerah tujuan wisatawan (*tourist*

*destination area*) serta transportasi di tempat tujuan (*local transportation*) ke objek-objek pariwisata.

Wisatawan (*tourist*) adalah seseorang atau kelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata dengan lama tinggal sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi. Pelancong (*excursionist*) adalah seseorang atau kelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata dengan lama tinggal kurang dari 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi (Suwanto, 2009:4).

Menurut Suwanto (2009:19), perusahaan objek dan daya tarik wisata dikelompokkan ke dalam tiga bagian, yaitu:

- a. Perusahaan objek dan daya tarik wisata alam.
- b. Perusahaan objek dan daya tarik wisata budaya.
- c. Perusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus.

Pada umumnya, daya tarik suatu objek wisata berdasar pada:

- a. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman, dan bersih.
- b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- c. Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka.
- d. Adanya sarana/prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
- e. Objek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan, dan sebagainya.

- f. Objek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, dan nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.

Pariwisata merupakan fenomena sosial, ekonomi, psikologi, geografi, dan budaya. (Hari Karyono, 1997: 7). Dampak positif adanya kegiatan pariwisata yang terkait dengan kebudayaan adalah semakin dibutuhkan penampilan dan pelestarian budaya tradisional (Hari Karyono, 1997: 13).

Menurut Prajogo dalam James J. Spillane, 2001: 87-88, ada beberapa sifat khusus mengenai industri pariwisata, yaitu:

- a. produk wisata mempunyai ciri tak dapat dipindahkan. Orang tak bisa membawa produk wisata pada langganan, tetapi langganan itu sendiri harus mengunjungi, mengalami, dan datang untuk menikmati produk wisata itu.
- b. dalam pariwisata produksi dan konsumsi terjadi pada saat yang sama. Tanpa langganan yang sedang mempergunakan jasa-jasa itu tidak akan terjadi produksi.
- c. sebagai suatu jasa, maka pariwisata memiliki berbagai ragam bentuk. Oleh karena itu dalam bidang pariwisata tidak ada standar ukuran yang objektif, sebagaimana produk lain yang nyata, misalnya terdapat panjang, lebar, isi, kapasitas, dan sebagainya seperti pada sebuah mobil.

- d. langganan tidak dapat merasakan produk itu sebelumnya bahkan tidak dapat mengetahui atau menguji produk itu sebelumnya. Yang dapat dilihat hanya brosur-brosur dan gambar-gambar.
- e. dari segi usaha, produk wisata merupakan usaha yang mengandung risiko besar. Industri wisata memerlukan penanaman modal yang besar, sedang permintaan sangat peka terhadap perubahan situasi ekonomi, politik, sikap masyarakat atau kesenangan wisatawan dan sebagainya. Perubahan-perubahan tersebut dapat menggoyahkan sendi-sendi penanaman modal usaha kepariwisataan karena dapat mengakibatkan kemunduran usaha yang deras, sedangkan sifat produk ini relatif lambat untuk menyesuaikan keadaan pasar. Kemunduran-kemunduran itu tidak hanya pada industri pariwisata, tetapi melibatkan pula industri penunjang wisata.

Objek wisata (*tourist object*) adalah segala objek yang dapat menimbulkan daya tarik bagi para wisatawan untuk dapat mengunjunginya. Misalnya, keadaan alam, bangunan bersejarah, kebudayaan, dan pusat-pusat rekreasi modern (M. Ngafenan dalam A. Hari Karyono, 1997: 27). Atraksi wisata meliputi atraksi wisata seni, budaya, warisan sejarah, tradisi, kekayaan alam, hiburan, jasa dan lain-lain hal yang merupakan daya tarik wisata di daerah tujuan wisata. Atraksi wisata dapat berupa kejadian-kejadian tradisional, kejadian-kejadian yang tidak tetap, seperti pembuatan keramik di Kasongan. Beberapa atraksi wisata di Indonesia yang sering dikunjungi wisatawan, misalnya Perayaan Sekaten

di Yogyakarta dan Solo, Upacar Ngaben di Bali, dan Pekan Raya Jakarta atau Jakarta Fair (A. Hari Karyono, 1997: 28)

Menurut A. Hari Karyono (1997: 28), agar suatu daerah tujuan wisata mempunyai daya tarik, disamping harus ada objek dan atraksi wisata, suatu daerah tujuan wisata harus mempunyai tiga syarat daya tarik, yaitu:

- a. ada sesuatu yang bisa dilihat (*something to see*)
- b. ada sesuatu yang dapat dikerjakan (*something to do*)
- c. ada sesuatu yang bisa dibeli (*something to buy*).

## 6. Motivasi

Motif berarti dorongan atau kehendak; jadi yang menyebabkan timbulnya semacam kekuatan agar seseorang itu berbuat atau bertindak, dengan perkataan lain bertingkah laku. Tingkah laku yang dilatarbelakangi oleh adanya motif disebut “tingkah laku bermotivasi”. Dorongan atau kehendak timbul karena adanya kekurangan atau kebutuhan yang menyebabkan keseimbangan (*equilibrium*) dalam jiwa seseorang terganggu, dengan perkataan lain dorongan atau kehendak timbul jika dalam jiwa seseorang terjadi keadaan tidak seimbang atau *disequilibrium* (Singgih Dirgagunarsa, 1978: 92-93).

Ralph Linton dalam Singgih Dirgagunarsa (1978: 95) mengemukakan beberapa kebutuhan psikologis yang harus dipenuhi sebagai kebutuhan penting agar seseorang dapat hidup sejahtera tanpa hambatan-hambatan

dalam perkembangan intelek, emosi, maupun cara-cara penyesuaian diri.

Kebutuhan-kebutuhan yang dimaksud adalah:

- a. Respon emosional, misalnya pujian, perhatian, dan kasih sayang.
- b. Perasaan aman sehingga tidak merasa ada tekanan atau kekangan dalam menampilkan diri atau menunjukkan ide atau pendapat.
- c. Pengalaman atau hal baru yang memberi kesempatan untuk mengetahui, mengalami, atau mempelajari sesuatu yang baru. Keinginan belajar, mendengarkan radio, dan membaca koran merupakan manifestasi dari kebutuhan jenis ini.

## **7. Transportasi**

Kata transportasi berasal dari kata Latin, yaitu *transportare*. *Trans* berarti seberang atau sebelah lain dan *portare* berarti mengangkut atau membawa. Dengan demikian transportasi dapat didefinisikan sebagai usaha mengangkut atau membawa barang dan/atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya. Sedangkan menurut Djoko Setijowarno dan Russ Bona Frazila (2003:1), transportasi adalah suatu kegiatan untuk memindahkan sesuatu (orang dan/atau barang) dari satu tempat ke tempat lain, baik dengan atau tanpa sarana (kendaraan, pipa, dan lain-lain). Pemindahan ini harus menempuh suatu jalur perpindahan atau prasarana yaitu lintasan yang mungkin sudah disiapkan oleh alam, seperti sungai, laut, dan udara atau jalur lintasan hasil kerja pemikiran manusia, misalnya jalan raya, jalan rel, dan pipa. Dari jenis yang diangkutnya terdiri dari barang, paket,



surat, kemudian hasil dari transportasi berupa barang (mobil, jembatan, peralatan, dan lain-lain) dan pelayanan (jasa).

Manusia senantiasa berpindah tempat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu wujud perpindahan manusia dari tempat ke tempat lain adalah dengan kendaraan di jalan raya (Leksmono Suryo Putranto, 2008:24). Transportasi merupakan bagian integral dari suatu fungsi masyarakat. Transportasi menunjukkan hubungan yang sangat erat dengan gaya hidup, jangkauan dan lokasi dari kegiatan yang produktif, dan selingan serta barang-barang dan pelayanan yang tersedia untuk konsumsi (Morlok, 1991:33).

Menurut Abbas Salim (2006:5), sebelum tahun 1800 alat transportasi menggunakan tenaga manusia, hewan, dan sumber tenaga dari alam. Pada tahun 1800-1860 transportasi telah mulai berkembang dengan dimanfaatkannya sumber tenaga mekanis. Pada masa ini muncul alat transportasi kapal uap dan kereta api yang banyak digunakan dalam perdagangan. Pada tahun 1860-1920 telah ditemukan kendaraan bermotor dan pesawat terbang. Pada masa ini angkutan kereta api dan jalan raya memegang peranan penting pula.

Dalam tahun 1920 transportasi telah mencapai puncak perkembangannya (*mature*) dengan sistem transportasi multi modal (*multi moda systems*). Kemudian pada abad ke-20 transportasi berkembang dengan pesat sejalan dengan kemajuan teknologi mutakhir. Moda transportasi terbagi atas tiga jenis moda, yaitu:

- a. Transportasi darat, seperti kendaraan bermotor, kereta api, andong, atau manusia.
- b. Transportasi air (sungai, danau, laut), seperti kapal, tongkang, prerahu, rakit.
- c. Transportasi udara, seperti pesawat terbang.

Menurut Khisty dan Lall (2005: 10-13) bentuk fisik dari kebanyakan sistem transportasi tersusun atas empat elemen dasar, yaitu:

- a. Sarana perhubungan (*link*): jalan raya atau jalur yang menghubungkan dua titik atau lebih. Pipa, jalur ban berjalan, jalur laut, dan jalur penerbangan juga dapat dikategorikan sebagai sarana perhubungan.
- b. Kendaraan: alat yang memindahkan manusia dan barang dari satu titik ke titik lainnya di sepanjang sarana perhubungan. Mobil, bis, kapal, pesawat terbang, ban berjalan, dan kabel adalah contoh-contohnya.
- c. Terminal: titik-titik dimana perjalanan orang dan barang dimulai atau berakhir. Contoh: garasi mobil, lapangan parkir, gudang bongkar-muat, terminal bis, dan bandar udara.
- d. Manajemen dan tenaga kerja: orang-orang yang membuat, mengoperasikan, mengatur, dan memelihara sarana perhubungan, kendaraan, dan terminal.

Keempat elemen tersebut berinteraksi dengan manusia, sebagai pengguna maupun non pengguna sistem, dan berinteraksi pula dengan lingkungan. Sembilan kategori perilaku manusia yang dipengaruhi oleh transportasi menurut para peneliti, yaitu:

- a. Kemampuan berpindah tempat (penumpang, pejalan kaki)
- b. Aktivitas (contoh: pengendalian kendaraan, pemeliharaan, kehidupan sosial)
- c. Perasaan (contoh: kenyamanan, kemudahan, kesenangan, stres, suka, tidak suka)
- d. Pengaturan (contoh: pemilihan sarana, pemilihan rute, pembelian kendaraan)
- e. Kesehatan dan keamanan (contoh: kecelakaan, ketidakmampuan, kelelahan)
- f. Interaksi sosial (contoh: keleluasaan pribadi, kepemilikan lahan, konflik, peniruan)
- g. Motivasi (konsekuensi positif atau negatif, menggerakkan potensi)
- h. Belajar (contoh: pelatihan operator, pendidikan pengemudi, pengadaan barang)
- i. Persepsi (contoh: kesan, pemetaan, batasan perasaan).

Transportasi merupakan suatu usaha, maka transportasi juga merupakan sebuah proses, yakni proses pindah, proses gerak, proses mengangkut dan mengalihkan dimana proses ini tidak bisa dilepaskan dari keperluan akan alat pendukung untuk menjamin lancarnya proses perpindahan. Alat pendukung yang dipakai untuk melakukan proses ini dapat bervariasi, tergantung pada:

- a. bentuk objek yang akan dipindahkan tersebut,
- b. jarak antara suatu tempat dengan tempat lain, dan

c. maksud objek yang akan dipindahkan tersebut.

Transportasi sangat erat kaitannya dengan konsep jarak. Jarak atau *distant* dapat dibedakan menjadi:

- a. *Time distant*, yaitu jarak yang diukur dengan waktu dengan menggunakan kendaraan tertentu.
- b. *Cost distant*, yaitu jarak yang diukur dengan sejumlah biaya untuk menempuh perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain.
- c. *Physical distant*, yaitu jarak yang diukur dengan panjang untuk menempuh dari satu tempat ke tempat lain (<http://elisa1.ugm.ac.id/>).

Salah satu ciri lalu lintas Indonesia adalah bercampurnya berbagai jenis kendaraan dalam ruang jalan yang sama (*mixed traffic*) (Leksmono Suryo Putranto, 2008: 24). Bagaimana orang dan barang bergerak dari tempat asal ke tempat tujuan sebenarnya merupakan suatu pilihan. Keputusan ini dibuat dengan mempertimbangkan beberapa faktor, seperti waktu, jarak, efisiensi, biaya, keamanan, dan kenyamanan.

## **8. Andong**

Andong merupakan kereta angkut tradisional beroda empat yang ditarik oleh seekor kuda atau lebih serta dikendalikan oleh seorang kusir, yang berfungsi untuk memindahkan atau membawa barang maupun orang. Andong dilengkapi dengan tempat duduk, memakai atap, dan pada bagian samping terdapat penutup yang dapat dibuka (Basuki dkk, 1997-1998:11). Alat transportasi ini memiliki diameter roda bagian depan yang lebih kecil

daripada bagian belakang, dan lapisan ban roda tersebut terbuat dari irisan ban mobil bekas. Andong biasanya juga dilengkapi dengan lentera sebagai penerangan ketika malam hari. Andong dapat memuat enam sampai delapan penumpang atau sekitar 3.000 kg barang dengan daya jelajah 10-15 km (Djoko Setijowarno dan Russ Bona Frazila, 2003:75).

Kereta kuda telah dikenal masyarakat Yogyakarta sejak dahulu. Bermula dari kereta kencana yang hanya dipergunakan bagi bangsawan keraton. Namun seiring dengan perkembangan zaman, kereta kuda mulai dipergunakan juga oleh para pedagang, hingga akhirnya kereta kuda menjadi alat transportasi bagi masyarakat umum. Kini andong menjadi alat transportasi yang mendukung kepariwisataan Yogyakarta.

Dalam Peraturan Walikota No. 25 tahun 2010 diatur tentang pembatasan jumlah kendaraan tidak bermotor (termasuk pula andong) dikarenakan terbatasnya lebar jalan. Untuk andong terdapat standarnya sendiri, seperti spesifikasi bentuk andong, termasuk adanya tempat kotoran kuda.

## **B. Penelitian yang Relevan**

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian oleh Trina Melianingsih (2009), mahasiswi Program Studi Pendidikan Sosiologi, Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian tersebut berjudul “Strategi Bertahan Hidup Kusir Andong di Sekitar Jalan Malioboro Yogyakarta”. Hasil penelitian tersebut adalah pendapatan dengan menjadi

kusir andong tidaklah cukup untuk mencukupi kebutuhan, namun demikian mereka mempunyai strategi-strategi untuk dapat bertahan hidup, yaitu dengan cara: 1) menggeluti pekerjaan lain atau pekerjaan sampingan, 2) mengikuti paguyuban berdasarkan daerah masing-masing serta dengan ikut terlibat dalam Penda PORDASI DIY, 3) mengembangkan potensi ekonomis dengan cara meningkatkan pelayanan kepada penumpang atau pemakai jasa, 4) menjalin kerja sama yang saling menguntungkan dengan pihak-pihak terkait (pemerintah, swasta dan masyarakat).

2. Penelitian oleh Stefanus Widada (1993), mahasiswa IKIP Sanata Dharma. Penelitian tersebut berjudul “Pengaruh Objek Wisata, Fasilitas, Pelayanan dan Sarana Transportasi terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan Domestik. Studi Kasus: Hutan Wisata Kaliurang Kabupaten Sleman Yogyakarta”.

Dengan mengambil 100 orang (wisatawan domestik) sebagai sampel, yaitu dengan cara memberikan kuesioner kepada para pengunjung tersebut untuk dimintai pendapatnya tentang keadaan objek wisata, fasilitas, pelayanan dan sarana transportasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) pengaruh keadaan objek wisata Kaliurang terhadap motivasi wisatawan domestik yang berkunjung ke sana adalah sebesar 72%. (2) pengaruh penyediaan fasilitas di objek wisata kaliuyrang terhadap motivasi wisatawan domestik yang berkunjung ke sana adalah sebesar 69%. (3) Pengaruh pelayanan di objek wisata Kaliurang terhadap motivasi wisatawan domestic yang berkunjung ke sana adalah 58%. (4) pengaruh sarana transportasi ke

objek wisata kaliurang terhadap motivasi wisatawan domestik yang berkunjung ke sana adalah sebesar 66%.

3. Penelitian oleh Fredy Hermanto (2009), mahasiswa Program Studi Pendidikan Geografi, Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian tersebut berjudul “Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Pengguna Bus Trans Jakarta Koridor II (Pulo Gadung-Harmoni)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan bus Trans Jakarta koridor II dinilai baik dengan skor sebesar 80,38. (a) Aspek-aspek yang dinilai baik adalah waktu perjalanan, kecepatan perjalanan, sistem pembayaran, harga tiket, lokasi halte, petunjuk perjalanan, kondisi halte, kondisi AC, kualitas kebersihan, standar keamanan, bentuk fisik bus, dan wilayah layanan. (b) Aspek yang dinilai cukup adalah pergantian kendaraan. (c) Aspek yang dinilai kurang baik adalah fasilitas jalur, waktu kedatangan bus, jumlah armada bus, lama waktu menunggu bus di dalam halte, jadwal kedatangan bus, kemudahan mengingat kedatangan bus, ketersediaan jumlah tempat duduk, keleluasaan gerak di dalam bus, kenyamanan saat naik-turun bus, dan kondisi jembatan penyeberangan. (2) Tingkat kepuasan pengguna bus Trans Jakarta koridor II secara keseluruhan adalah sebesar 36,77 yang berarti memiliki tingkat kepuasan cukup. (a) Aspek-aspek yang dinilai sudah sangat memuaskan pengguna antara lain pelayanan yang ramah, bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan penumpang, kebersihan dan kerapian bus serta petugas bus, dan fasilitas (seperti halte, AC, dan tiket) yang disediakan. (b) Aspek-aspek yang dinilai memuaskan

oleh pengguna adalah bentuk fisik bus dan kesopanan pihak pengelola. (c) Aspek-aspek yang dinilai cukup memuaskan oleh pengguna adalah komunikasi terhadap pengguna dan perhatian secara individu yang diberikan. (d) Aspek-aspek yang belum memuaskan adalah ketepatan keberangkatan dan waktu tiba bus, ketanggapan pengelola dalam menghadapi masalah, dan kemampuan pihak pengelola cepat tanggap terhadap masalah yang disampaikan pengguna.

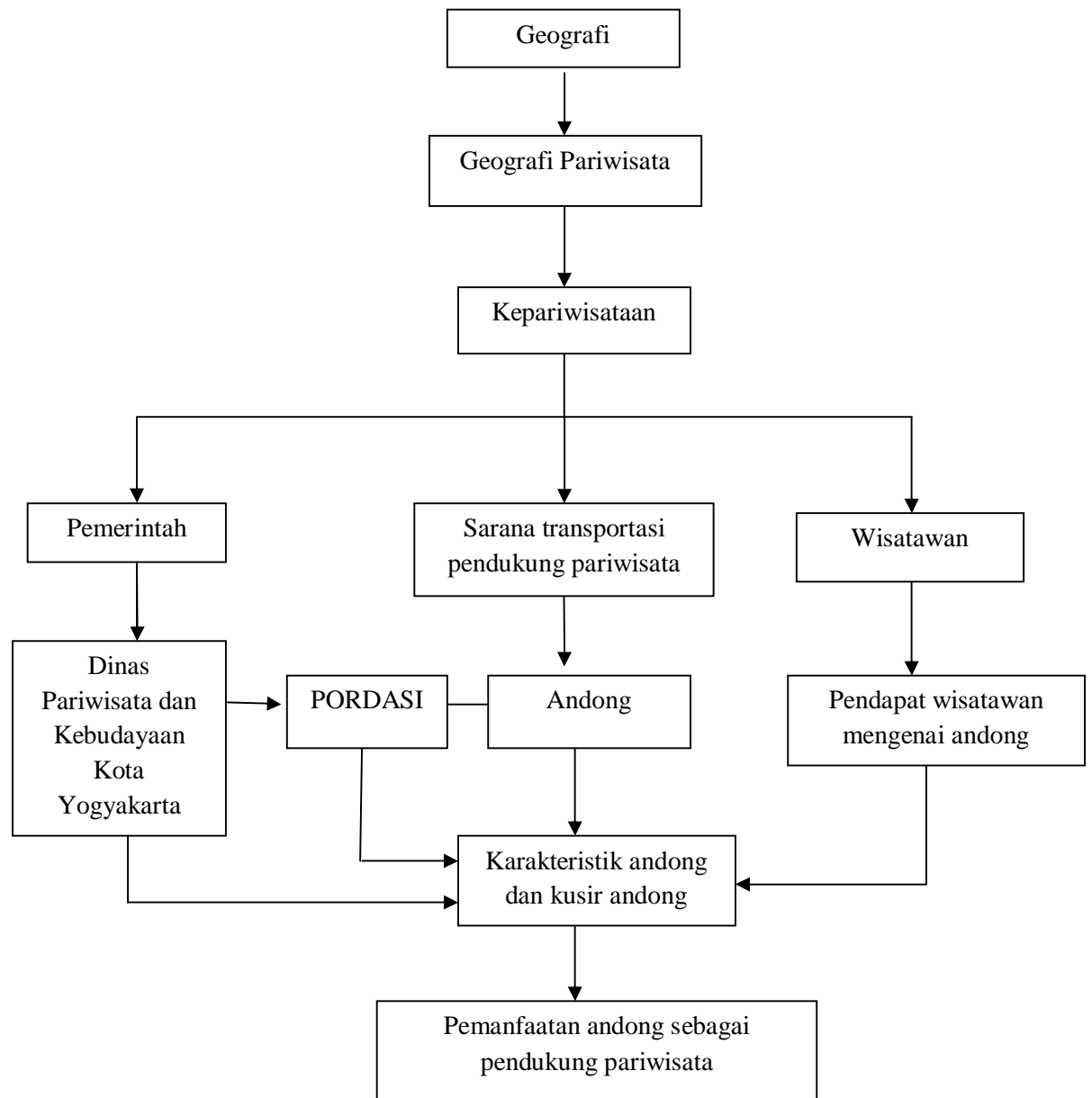
### **C. Kerangka Berpikir**

Geografi sebagai disiplin ilmu yang mempelajari diferensiasi areal memiliki cabang ilmu yang berkaitan dengan pariwisata, yaitu Geografi Pariwisata. Kepariwisataan yang dipelajari dalam Geografi Pariwisata melibatkan pemerintah, sarana transportasi pendukung pariwisata, dan wisatawan. Sarana transportasi pendukung pariwisata salah satunya adalah andong. Melalui metode observasi dan wawancara dengan kusir andong dapat diketahui karakteristik andong.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta sebagai bagian dari pemerintah menjadi informan dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi mengenai karakteristik andong. Karakteristik andong juga diperoleh dari wawancara dengan pihak Persatuan Olah Raga Berkuda Seluruh Indonesia (PORDASI) yang merupakan wadah yang menaungi para kusir andong. Wisatawan dimintai pendapatnya mengenai andong sehingga dapat memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang karakteristik andong. Data



karakteristik andong tersebut dapat digunakan untuk mengetahui pemanfaatan andong sebagai pendukung pariwisata di Kota Yogyakarta.



Gambar Bagan Kerangka Berpikir