

**MOTIVASI WISATAWAN MANCANEgara
MELAKUKAN KEGIATAN WISATA
(Studi Wisatawan Asing yang Berwisata di Sumatera Barat)**

SKRIPSI

Oleh

**DARA INDAH PERTIWI
BP. 07191005**



**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2011**

ABSTRAK

Dara Indah Pertiwi, 07 191 0005. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jurusan Sosiologi Universitas Andalas Padang. Judul Skripsi: Motivasi Wisatawan Asing Melakukan Kegiatan Wisata (Studi Wisatawan Asing yang Berwisata di Sumatera Barat). Jumlah halaman 68 halaman. Pembimbing I Drs. Alfian Miko M.Si dan Pembimbing II Drs. Renaldi Eka Putra M.Si.

Pariwisata telah menjadi salah satu industri di dunia, dan merupakan andalan utama dalam menghasilkan devisa di berbagai negara. Begitu juga dengan Negara Indonesia salah satunya adalah Sumatera Barat. Sejak tahun 2005 Pemerintah telah menetapkan Sumatera Barat sebagai salah satu tujuan wisata utama di Indonesia dengan kekayaan, keindahan alam, serta budayanya. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Sumatera Barat melalui Bandara Internasional Minangkabau tahun 2009 mencapai 47.263 orang dibandingkan tahun 2008 yang berjumlah 37.762 orang. Berdasarkan latar belakang tersebut maka yang menjadi rumusan masalah adalah apa yang menjadi motivasi wisatawan mancanegara melakukan kegiatan wisata di Sumatera Barat.

Penelitian ini menggunakan *Teori fenomenologi*, disebabkan orang melakukan tindakan berdasarkan pada pengalaman masa lalu. Pengalaman ini memberikan seperangkat pengetahuan dimana individu menginterpretasikan sesuatu yang menjadi dasar dari tindakannya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian bersifat deskriptif. Sementara itu, informan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan dalam pengumpulan data digunakan teknik observasi terlibat dan wawancara mendalam.

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa motivasi wisatawan mancanegara melakukan kegiatan wisata ke Sumatera Barat adalah (1) motif internal yakni a). Hobby, sedangkan motif eksternal yakni a). Makanan khas daerah (kuliner), b). Budaya yang unik, c). Harga yang terjangkau. Sedangkan d) motif eksternal yakni e). Pengaruh dari teman serta mendengar dan membaca dari media massa.

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 LATAR BELAKANG

Kegiatan pariwisata sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat kita mulai dari orang kota sampai orang desa. Walaupun nampaknya terkesan “*malu-malu*” antara menerima dan menolak, antara setuju dan tidak menyetujui atas kehadiran kepariwisataan, namun turis telah hadir di tengah-tengah masyarakat, suatu kenyataan yang tidak dapat dipungkiri. Pandangan yang setuju dengan kehadiran pariwisata pasti melihat banyak keuntungan dari kegiatan pariwisata, sedangkan yang tidak setuju tentulah melihat pariwisata membawa dampak negatif .

Pariwisata telah menjadi salah satu industri di dunia, dan merupakan andalan utama dalam menghasilkan devisa di berbagai negara. Dengan pentingnya peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi diberbagai negara, pariwisata sering disebut sebagai *passport of development, kind of sugar, tool for regional development, invisible export, non-polluting industry, dan sebagainya* (Pitana,2002:13).

Pada dasawarsa sekarang semakin banyak manusia berkeinginan untuk melaksanakan perjalanan dari tempat tinggalnya ke daerah lain. Dahulu faktor agama yang mendominasi orang untuk melakukan perjalanan jauh dengan berhari-hari dan bahkan berbulan-bulan meninggalkan kampungnya, untuk mengikuti acara Olympus, ziarah ke Roma, Yerusalem, dan Mekkah. Kemudian ada juga yang disebabkan motivasi berdagang, tugas diplomatik. Namun sekarang ini berbagai motivasi yang menyebabkan orang melakukan perjalanan jauh atau berwisata. Sekarang tujuan orang berwisata untuk mencari kesenangan, kenikmatan, kepuasan, dan hal-hal lain yang erat kaitannya dengan psikis.

Menurut Wahab (1997;59) ada puluhan yang melatar belakangi kepergian seorang wisatawan yakni untuk bisnis, menghadiri konvensi, alasan-alasan keagamaan, kesehatan, olahraga, hobi, budaya, pendidikan, dan kesenangan yang meliputi berlibur, rileks, perubahan lingkungan dan udara.

World Trade Organization (WTO) memprediksi bahwa pariwisata akan terus mengalami perkembangan, dengan rata-rata pertumbuhan jumlah wisatawan internasional 4% per tahun sampai dengan tahun 2010. Sementara itu, wisatawan domestik diperkirakan mencapai jumlah sepuluh kali lipat dibandingkan wisatawan internasional, yang juga besar peranannya dalam pembangunan ekonomi daerah tujuan wisata. Berdasarkan data yang dikutip dari WTO, pada tahun 2000 wisatawan manca negara (wisman) internasional mencapai jumlah 698 juta orang, yang mampu menciptakan pendapatan sebesar USD 476 milyar. Pertumbuhan jumlah wisatawan pada dekade 90-an sebesar 4,2%, sedangkan pertumbuhan penerimaan dari wisman sebesar 7,3%, bahkan di 28 negara pendapatan tumbuh 15% per tahun.

Pariwisata menurut Warta Demografi dalam Oka (1993:2) adalah sebagian dari mobilitas penduduk dunia, yaitu perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Pariwisata merupakan salah satu kegiatan manusia yang cukup penting. Hal ini dikarenakan tujuan khusus dari masing-masing jenis wisata bermaksud membuat suatu perasaan senang dan puas dari orang yang menjalani dan cenderung berbeda dari rutinitas yang dilakukan sehari-hari. Sektor ini semakin diperhitungkan karena permintaanya semakin melonjak terutama pada era globalisasi seperti saat sekarang ini. Selain itu menambah devisa negara dan membuka lapangan pekerjaan terutama bagi masyarakat sekitarnya.

Begitu juga dengan Indonesia, peranan pariwisata semakin terasa, terutama setelah melemahnya peranan minyak dan gas, walaupun nilai nominalnya dalam dollar sedikit mengalami fluktuasi. Kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) menunjukkan tren naik dalam beberapa dasawarsa. Hal ini tidak terlepas dari kerjasama dari berbagai pihak baik pusat maupun daerah.

Sektor kepariwisataan selain mampu menyumbangkan devisa negara juga mampu menumbuhkan optimisme baru bagi pemerintah maupun swasta untuk mendatangkan income yang cukup besar sebagai industri non migas untuk negara kita (Fakhrudin, Suara Muhammadiyah: 1988. dikutip dalam Ermi Ranti tahun 1996).

Hal ini berperan sangat penting dalam hubungannya dengan penentuan kebijakan pengembangan produk pariwisata, atraksi dan obyek wisata beserta fasilitas dan pelayanan yang diperlukannya, agar dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan selera pasar pariwisata. Seiring dengan kecenderungan pasar (*market trend*) baik pasar pariwisata nusantara maupun mancanegara, serta untuk kepentingan penyesuaian kebijakan pemasarannya terkait dengan perubahan perilaku pasar akibat dari pengaruh berbagai faktor yang terjadi di dunia pada umumnya, khususnya di negara pasar yang bersangkutan, maupun berbagai peristiwa yang terjadi di dalam negeri .

Hal ini tidak terlepas dari tingginya keinginan manusia untuk melakukan perjalanan dari tempat tinggalnya ke daerah lain. Dahulu faktor agama yang mendominasi orang untuk melakukan perjalanan jauh dengan berhari-hari dan bahkan berbulan-bulan meninggalkan kampungnya, untuk mengikuti acara Olympus, Ziarah ke Roma, Yerusalem, dan Mekkah. Kemudian ada juga yang disebabkan motivasi berdagang, tugas diplomatik. Namun sekarang ini berbagai motivasi yang menyebabkan orang melakukan perjalanan jauh atau berwisata. Sekarang tujuan orang berwisata untuk mencari kesenangan, kenikmatan, kepuasan, dan hal-hal lain yang erat kaitannya dengan psikis. Menurut Wahab (1992; 59) ada puluhan yang

melatar belakangi kepergian seorang wisatawan yakni untuk bisnis, menghadiri konvensi, alasan-alasan keagamaan, kesehatan, olahraga, hobi, budaya, pendidikan, dan kesenangan yang meliputi berlibur, rileks, perubahan lingkungan dan udara.

Sejak tahun 2005 lalu, pemerintah telah menetapkan Sumatera Barat sebagai salah satu daerah tujuan wisata utama di Indonesia. Dengan kekayaan keindahan alam dan budayanya. Sumatera Barat memang sangat potensial dikembangkan sebagai kawasan wisata, baik kawasan wisata gunung, wisata bahari, maupun *eco tourism*. Hal ini didukung oleh infrastruktur yang semakin membaik seperti akses masuk ke Sumatera Barat telah mudah dengan adanya Bandara Internasional Minangkabau, ditingkatkannya akses lewat laut di Pelabuhan Teluk Bayur, penambahan hotel, restoran, peningkatan pendidikan dan keterampilan terutama SDM di bidang pariwisata.

Kepercayaan pemerintah pusat yang telah menerapkan Sumatera Barat sebagai salah satu dari beberapa daerah destinasi atau daerah wisata unggulan di Indonesia, hanya akan berhasil jika masyarakat, pelaku usaha dan aparat pemerintah telah sadar wisata bukan lagi sebagai “*aji mumpung*” dalam menambah pemasukan dari sektor yang juga menjadi satu-satunya andalan Sumatera Barat untuk menambah pendapatan dan perekonomian daerah tersebut.

Pemda setempat juga telah menggelar sejumlah paket dan atraksi wisata di berbagai lokasi wisata, melalui program “ Visit Minangkabau Year 2006 “. Berbagai event digelar pada tahun 2006, diantaranya adalah International Peace Walk dan Women Walk yang melibatkan lebih dari 400 orang wisatawan manca negara dan klub jalan kaki dunia dari sekitar 22 negara, dan lomba Surfing international yang diselenggarakan di pulau Siberut-Mentawai (<http://visit-indonesia-year-/>).

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Barat merencanakan delapan kegiatan pendukung pembangunan kebudayaan dan pariwisata Sumatera Barat 2009. Di antara

kegiatan itu adalah peningkatan kemampuan pelayanan yang baik bagi aparatur bidang kebudayaan dan pariwisata, serta dukungan pengadaan sarana promosi pariwisata. Kegiatan lain yang akan dilakukan adalah mendukung beberapa daerah yang sedang serius menggarap pariwisata

Dengan dibukanya Bandara Internasional Minangkabau (BIM) bulan Juni tahun 2005 lalu, yang membuat daerah yang dikenal dengan “*ranah minang*” ini dapat diakses langsung oleh lebih banyak negara. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia yang terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1 :

| No | Negara asal | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---------------|--------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| 1 | USA | 570 | 277 | 425 | 577 | 794 |
| 2 | Canada | 32 | 33 | 41 | 83 | 144 |
| 3 | Perancis | 204 | 134 | 176 | 267 | 328 |
| 4 | Jerman | 151 | 113 | 138 | 291 | 246 |
| 5 | Italia | 111 | 65 | 79 | 114 | 233 |
| 6 | Belanda | 144 | 113 | 127 | 187 | 274 |
| 7 | Swiss | 34 | 20 | 37 | 51 | 135 |
| 8 | Inggris | 207 | 51 | 279 | 308 | 392 |
| 9 | Singapura | 2953 | 427 | 1481 | 2841 | 3621 |
| 10 | Malaysia | 19734 | 11014 | 23213 | 30171 | 33567 |
| 11 | Australia | 543 | 257 | 941 | 1144 | 1472 |
| 12 | New zealand | 64 | 30 | 91 | 149 | 166 |
| 13 | Jepang | 70 | 130 | 120 | 340 | 221 |
| 14 | Lain-lain | 281 | 298 | 830 | 1239 | 5715 |
| Jumlah | | 24.652 | 12.709 | 27.978 | 37.762 | 47.263 |

Perkembangan Kunjungan Langsung Wisatawan Mancanegara ke Sumatera Barat (Direct Flight), tahun 2005-2009

(Sumber Dinas Pariwisata Sumatera Barat 2009)

Sejak tahun 2005 Pemerintah telah menetapkan Sumatera Barat sebagai salah satu tujuan wisata utama di Indonesia dengan kekayaan, keindahan alam, serta budayanya. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Sumatera Barat melalui Bandara International Minangkabau tahun 2009 mencapai 47.263 orang dibandingkan tahun 2008 yang berjumlah 37.762 orang. Kunjungan wisatawan asing yang datang ke Sumatera Barat terus meningkat, walaupun terjadi gempa pada tahun 2009 bulan

September yang menghancurkan kota Padang, akan tetapi bencana alam tersebut tidak menghambat para wisatawan untuk tetap mengunjungi Sumatera Barat.

Bencana alam yang menimpa kota Padang pada tanggal 30 september 2009 tidak membuat surutnya industri pariwisata. Hal tersebut terbukti dengan kembali dibangunnya beberapa fasilitas, sarana dan prasarana yang hancur serta rusak. Salah satu diantara yang mulai berbenah adalah sarana akomodasi.

Pasca gempa 30 September terdapat lima unit hotel berbintang yang rusak serta ada yang hancur. Keadaan ini memang menjadi kendala bagi perkembangan industri pariwisata di kota Padang terlebih lagi hotel atau akomodasi merupakan salah satu sarana yang sangat vital bagi wisatawan. Minimnya fasilitas akomodasi ini tidak berlarut karena saat ini sudah beroperasi dua unit hotel yang siap menampung wisatawan yang mengunjungi kota Padang. Selain itu beberapa hotel yang rusak ringan sudah merehab bangunannya bahkan ada yang menambah fasilitas kamar. Secara umum, hal ini merupakan indikasi bahwa kota Padang masih menjadi daerah tujuan wisata yang layak untuk dikunjungi. Peluang ini juga di tangkap oleh beberapa investor yang saat ini sedang mengurus dokumen pendirian hotel berbintang dengan chain management (<http://tourism.padang.go.id>).

Kunjungan yang dimaksudkan adalah tidak hanya dalam rangka 'berlibur' seperti pengertian yang jamak kita pahami dalam pariwisata. Kunjungan tersebut dapat juga diartikan sebagai kunjungan bisnis, *official*, keluarga yang bila diterjemahkan dalam bahasa ekonomi tentu menjadi potensi pemasukan bagi daerah secara umum. Berbagai bentuk kunjungan tersebut pada dasarnya dapat dimanfaatkan untuk kepentingan pariwisata. Setiap pengunjung apapun yang menjadi tujuannya pada dasarnya akan memerlukan akomodasi, transportasi, konsumsi, dan kebutuhan lain. Pengelola usaha wisata dapat melakukan perbaikan produk dan jasa untuk kepentingan ini.

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan *trigger* dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini sering tidak disadari oleh wisatawan itu sendiri (Sharpley, dalam Wahab, 1997). Analisis mengenai motivasi semakin penting kalau dikaitkan dengan pariwisata sebagai fenomena masyarakat modern, dimana perilaku masyarakat dipengaruhi oleh berbagai motivasi yang terjalin secara sangat kompleks, bukan hanya untuk *survival* sebagaimana motivasi perjalanan masyarakat sederhana.

Selain itu motivasi juga merupakan faktor penting bagi calon wisatawan yang di dalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Calon wisata akan mempersepsi daerah tujuan wisata yang memungkinkan, di mana persepsi ini dihasilkan oleh preferensi individual, pengalaman sebelumnya, dan informasi yang didupatkannya. Motivasi perjalanan wisata mengalami perubahan, sejalan dengan perkembangan pariwisata itu sendiri.

I.2 PERUMUSAN MASALAH

Pariwisata berkembang karena adanya gerakan manusia di dalam mencari sesuatu yang belum diketahuinya, menjelajahi wilayah baru, mencari perubahan suasana, atau untuk mendapat perjalanan baru. Motivasi wisatawan mengalami pergeseran dari memandang motivasi sebagai proses singkat untuk melihat perilaku perjalanan wisata, ke arah yang lebih menekankan bagaimana motivasi mempengaruhi kebutuhan psikologis dan rencana jangka panjang seseorang, dengan melihat bahwa motif intrinsik (seperti *self actualisation*) sebagai komponen yang sangat penting.

Meskipun pariwisata telah lama menjadi perhatian, baik dari segi ekonomi, politik, administrasi, kenegaraan, maupun sosiologi, sampai saat ini belum ada kesepakatan secara akademis mengenai apa itu wisatawan dan pariwisata. Kata wisata (*tour*) secara harfiah

dalam kamus berarti "perjalanan di mana si pelaku kembali ke tempat awalnya, perjalanan sekuler yang dilakukan untuk tujuan bisnis, bersenang-senang, atau pendidikan, pada mana berbagai tempat dikunjungi dan biasanya menggunakan jadwal perjalanan yang terencana" (Murphy, dalam Pitana.2005 : 4-5). Batasan ini mempunyai ruang yang sangat luas, karena berbagai motivasi termasuk ke dalamnya, sehingga sulit melakukan pengukuran.

Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Sumatera Barat melalui Bandara International Minangkabau tahun 2009 mencapai 47.263 orang dibandingkan tahun 2008 yang berjumlah 37.762 orang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka yang menjadi rumusan masalah adalah

“Apa yang memotivasi wisatawan mancanegara melakukan kegiatan wisata di Sumatera Barat ?”

I.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengidentifikasi profil wisatawan tersebut
2. Untuk mendeskripsikan motivasi wisatawan melakukan kegiatan wisata.

I.4 MANFAAT PENELITIAN

Bagi Aspek Akademis :

Memberikan kontribusi ilmu terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu sosial, terutama bagi studi masalah pariwisata.

Bagi Aspek Praktis :

1. Bahan masukan bagi peneliti lain khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti permasalahan ini lebih lanjut.

2. Bahan informasi dan pedoman bagi pemerintah untuk mempertimbangkan dan memperhitungkan berbagai hal yang berhubungan dengan masalah pariwisata seperti merumuskan kebijakan dalam pengembangan pariwisata.

Bagi Aspek Empiris :

Acuan bagi penelitian yang lebih lanjut agar dapat lebih baik memperdalam dan memperbaiki kekurangan-kekurangan dalam penelitian ini.

BAB IV PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian lapangan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan :

1. Profil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan yang datang ke Sumatera Barat disimpulkan bahwa informan rata-rata berusia 23 tahun sampai dengan 50 tahun, dan bekerja pada perusahaan di negara asalnya. Para Informan masih produktif dalam melakukan perjalanan wisatanya. Bagi mereka selain hobi, berwisata merupakan salah satu agenda tahunan. Perjalanan yang mereka lakukan ini bukan untuk pertama kalinya, selain ke Sumatera Barat mereka juga sudah pernah mengunjungi daerah-daerah lainnya yang ada di Indonesia, seperti Bali, Jakarta, Lombok, Pulau komodo, dll. Perjalanan yang mereka lakukan bukan hanya karena dorongan dari luar, akan tetapi berasal dari motivasi yang timbul dalam dirinya untuk melakukan perjalanan tersebut.

2. Motivasi wisatawan

- Motivasi yang bersifat internal (*in order motiv*)

Motiv ini berasal dari dalam diri seseorang yang mendorong seseorang itu untuk melakukan sesuatu tindakan dengan mengharapkan tercapainya suatu tujuan, dan tingkah laku ini datang dengan sendirinya atau kesadaran sendiri. Diantaranya adalah

hobi yang ada pada diri wisatawan itu sendiri dan dengan adanya dorongan dari finansial yang mencukupi oleh wisatawan itu.

- Motiv yang bersifat eksternal (*because motiv*)

Wisatawan melakukan suatu kegiatan itu dikarenakan ada yang mempengaruhinyavatau dirangsang dari luar diri yang berguna untuk mencapai suatu tujuan. Dalam penelitian ini motiv eksternal yang mempengaruhi wisatawan ini adalah :

1. Makanan khas daerah, ciri khas dari masakan Sumatera Barat adalah pedas dan lezat. Beberapa macam hidangan yang sering ditemui adalah rendang , gulai kepala ikan, dendeng balado,ikan bakar, ayam bar, sambal lado dan lain sebagainya. Tetapi karena sebagian besar wilayah Sumatera Barat adalah pesisir pantai maka hidangan sea food sudah mulai menjadi masakan yang khas di Sumatera barat. Contohnya ikan bakar, cumi bakarm udang bakar , dan semua masakan yang berasal dari laut.

3. Budaya yang unik, Sumatera Barat dengan penduduknya mayoritas terdiri dari suku bangsa Minangkabau memiliki budaya tradisi yang unik dan beragam. Keunikan budaya yang dimiliki sejak lama telah mendapat perhatian dari kalangan masyarakat dunia.

4. Harga yang terjangkau, faktor internal yang juga mempengaruhi motiv wisatawan adalah rendahnya cost dalam akomodasi. Seperti penginapan, transportasi, makan, biaya masuk tempat wisata dan sebagainya. Ini menyebabkan pilihan untuk berwisata ke Indonesia khususnya Sumatera barat oleh wisatawan.

5. Pengaruh dari teman, baik teman dilingkungan tempat tinggal maupun dilingkungan kerja. Dimana mereka melakukan perjalanan dan tempat yang akan dikunjungi dari pengalaman teman-teman mereka.

6. Mendengar dan membaca dari media masa baik melalui siaran-saiaran TV, Radio, Buku, Koran, Majalah dan Internet. Media masa sekarang telah banyak mempengaruhi wisatawan baik dari tindakan maupun pikiran

4.2 Saran

Saran terhadap pemerintah untuk hasil penelitian ini adalah :

1. Diharapkan kepada pemerintah untuk mengembangkan objek wisata. Hal ini disebabkan sebagian besar objek dan daya tarik wisata Sumatera Barat masih bersifat potensial, sedangkan yang sudah menjadi objek kunjungan belum dikembangkan secara terencana dan masih perlu ditingkatkan kualitasnya. Walaupun objek dan daya tarik yang tersedia cukup banyak dan beragam jenisnya, akan tetapi masih sukar untuk menemukan yang cukup menonjol dan unik untuk dapat dijadikan sebagai tanda pengenal Sumatera Barat, karena pada umumnya objek dan daya tarik wisata yang ada banyak kesamaan dengan daerah lain.
2. Agar memperhatikan posisi tata ruang objek pariwisata. Dimana untuk kawasan/kota tertentu dimana terdapat objek wisata tertentu ditemukan gejala kurang baiknya penataan atau belum adanya Rencana Tata Ruang yang mengaitkan posisi pariwisata secara strategis, kurangnya perawatan, tidak adanya MCK dan adanya gejala-gejala premanisme pada objek-objek wisata tertentu yang berakibat menurunnya kegiatan kepariwisataan di daerah tersebut.
3. Agar pemerintah melengkapi aksesibilitas objek wisata, karena aksesibilitas ke objek-objek tertentu masih kurang memadai, kerena belum ada atau kurang berkualitaskannya kondisi penyediaan prasarana dan sarana transportasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, 2005. *Pengantar Metode Penelitian kualitatif*. Padang: Laboratorium Sosiologi FISIP Unand.
- Adirozal dan Zulkarnain Harun.2002.*Jurnal:Pariwisata Sumatera Barat*. Padang: Laboratorium Antropologi.
- Bungin, Burhan. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. 2010, *Sumatera Barat Dalam Angka*. Padang: BPS Sumatera Barat
- Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Propinsi Sumatera Barat. 2009. *Statistik Usaha Pariwisata Sumatera Barat 2008*. Padang
- Craib, Ian. 1984. *Teori-Teori Sosiologi Modern*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta:Balai Pustaka.
- Faisal, Sanafiah. 1995. *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moleong, Lexy. 1998. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Dedi. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. 1992. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Tarsito.
- Pitana I Gde. 2002. *Daya Dukung Bali Terhadap Kepariwisataaan dan Sosial Budaya dalam I Gusti Ngurah Bagus dkk*. Denpasar. Pusat Penelitian Univesitas Udayana.
- Pitana, Gede dan Putu G.Gayatri.2005.*Sosiologi Pariwisata*.Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Ritzer, George. 1999. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soetomo, Yasyim. 1995. *Kamus Pintar Bahasa Indonesia*. Yayasan Amanah. Surabaya.
- Sugandhy, Aca. 2007. *Pembangunan Berkelanjutan Berwawasan Lingkungan*. Jakarta: PT Bumu Aksara.
- Soemantono,R.B. 2010. *Sosiologi Pariwisata*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sheller,Mimi dan John Urry. 1999. *Tourism Mobilities*. London: Taylor & France Group.
- Soekanto, Soerjono. 1985. *Kamus Sosiologi*. Jakarta : CV Rajawali.
- Wahab, Salah. 1997. *Balancing culture heritage conservation and sustainable development through tourism*. Yogyakarta. UGM Press.
- Yoeti, Oka. 1993. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung. Angkasa.

Skripsi

- Ranti, Ermi. 1996. “*Strategi Adaptasi Pemilik Homestay Untuk Menarik Pengunjung: Studi terhadap Desa Pasar Maninjau Kecamatan Tanjung Raya*”. Skripsi Sosiologi FISIP Universita Andalas
- Heriandi, Aldo. 2010. *Strategi Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Sumatera Barat*. Skripsi. Sosiologi FISIP Universitas Andalas.

Jurnal

- Adirozal dan Harun. 2008. “ *Jurnal Pariwisata Antropologi* ”
- Ismi Dwi Astuti. 2007. “ *jurnal pemberdayaan perempuan terhadap pariwisata*”

Internet:

1. <http://www.google.co.id/>, diakses 6 maret 2011

2. <http://pelaminanminang.com/demografi-sumatera-barat/demografi-sumatera-barat.html>, diakses 29 Mei 2011
3. http://www.indonesia.go.id/id/index.php?option=com_content&task=view&id=4052&Itemid=1549, diakses 29 Mei 2011
4. <http://sumbar.bps.go.id/data/artikel/403/tpk1109.pdf>, diakses 2 juni 2011
5. <http://www.kadinsumbar.or.id/mod.php?mod=publisher&op=viewarticle&cid=10&artid=517>, diakses 2 Juni 2011
6. http://www.indonesia.go.id/id/index.php?option=com_content&task=view&id=4052&Itemid=1549, diakses tanggal 2 Juni 2011
7. <http://sumbar.bps.go.id/data/artikel/403/tpk1109.pdf>
8. <http://www.kadinsumbar.or.id/mod.php?mod=publisher&op=viewarticle&cid=10&artid=517> diakses 2 juni 2011
9. (<http://wikipedia.org/pariwisata>), diakses tanggal 6 maret
10. http://www.geocities.com/ariyanto_eks79/home.htm di akses 6 maret 2011
11. <http://bahankuliah.blogspot.com/category/pariwisata/>, diakses 12 maret2011.
12. <http://dedvponya.wordpress.com//visit-indonesia-year-/> diakses tanggal 6 Maret 2011.
13. <http://tourism.padang.go.id/index.php?tourism=news&id=30/> diakses tanggal 5 agust 2011.