

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Geografi Pariwisata

Geografi berasal dari kata “*geo*” yang berarti bumi dan “*graphein*” yang bermakna gambaran. Secara etimologi Geografi adalah ilmu untuk melukiskan tentang bumi. Geografi merupakan ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kelengkapan dan kewilayahan dalam konteks keruangan (Seminar Lokal IGI, 1988 dalam Sejati, dkk., 2022:129). Objek utama Geografi merupakan geosfer baik secara fisik maupun sosial yaitu manusia serta interaksi antar keduanya. Geografi selalu berhubungan dengan ruang dan waktu. Karena kajian Geografi itu sangat luas, maka orang seringkali menyebutnya sebagai “*mother of science*”.

Pariwisata adalah perjalanan manusia dengan tujuan rekreasi atau tamasya dalam jangka waktu yang sementara dari satu tempat ke tempat lain. Kaitannya dengan geografi adalah geografi mampu menganalisis karakteristik suatu wilayah berdasarkan unsur-unsur geografis dan unsur manusianya. Menurut Arjana, G. B. (2015:9) Geografi pariwisata adalah suatu kajian yang menganalisis dan mendeskripsikan berbagai fenomena fisiografi (unsur lingkungan fisik) dan fenomena sosiogeografi (unsur lingkungan manusia atau sosial dan budaya) yang memiliki keunikan, keindahan, nilai dan menarik untuk dikunjungi, sehingga berkembang menjadi objek pariwisata.

Unsur-unsur fisik pariwisata dalam geografi misalnya iklim, bentang alam yang indah, karakteristik pesisir, danau, sungai, dan bioma. Kemudian unsur-unsur sosial misalnya mengenai persebaran penduduk, budaya, migrasi, dan nilai-nilai di masyarakat. Unsur-unsur tersebut mampu menyumbang suatu wilayah untuk melakukan usaha-usaha kepariwisataan. Sehingga lahirlah Geografi Pariwisata sebagai cabang ilmu terapan.

Berdasarkan Sunarta (2021:20), kaitan Geografi dan pariwisata ada pada sistem kepariwisataan suatu perjalanan wisata. Sistem tersebut memiliki

tiga subsistem, yaitu subsistem daerah asal wisatawan, subsistem daerah tujuan wisatawan, dan subsistem *route* (aksesibilitas).

- a. Daerah Asal Wisatawan (DAW), dalam subsistem ini wisatawan dapat mencari informasi mengenai destinasi wisata dan tempat wisata yang menarik, memesan akomodasi, memilih tiket dan rute sebelum keberangkatan.
- b. Daerah Transit (DT), daerah transit fungsi utamanya adalah membuat perjalanan wisatawan berjalan dengan semestinya untuk mencapai tujuan wisata. Tidak semua wisatawan berhenti di kawasan ini, namun kawasan ini pasti akan terlewati.
- c. Daerah Tujuan Wisata (DTW), daerah ini adalah penggerak dari seluruh sistem pariwisata dan menghasilkan permintaan perjalanan dari DAW, sehingga DTW membutuhkan sistem manajemen yang baik dan terstruktur.

2.1.2 Konsep Pariwisata

2.1.2.1 Pengertian Pariwisata

Istilah pariwisata sering diidentikkan dengan perjalanan tamasya dan bersenang-senang. Menurut *World Tourism Organization* (WTO), terdapat suatu pemahaman bahwa pariwisata merupakan kegiatan manusia yang melakukan perjalanan dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya.

Pariwisata merupakan sebuah perjalanan dari tempat satu ke tempat lainnya dengan tujuan bertamasya dan bukan untuk bekerja atau mencari nafkah disertai dengan menikmati berbagai hiburan dalam jangka waktu yang sementara. Sedangkan menurut (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009) Pasal 1 ayat 3 tentang Kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sebagian besar orang menganggap pariwisata penting dilakukan untuk mengatur pikiran menjadi lebih positif dengan pengalaman pariwisata yang didapatkan.

2.1.2.2 Kegiatan Pariwisata

Menurut pandangan dari Yoeti 1985 (Helpiastuti, 2018:18) konsep kegiatan pariwisata dapat didefinisikan dalam 3 faktor, diantaranya:

a. *Something to see*

Tempat yang dijadikan objek wisata harus memiliki perbedaan dengan pariwisata di tempat lain. Artinya pariwisata tersebut memiliki daya tarik khusus yang ditonjolkan kepada wisatawan. *Something to see* meliputi hal-hal yang dipamerkan kepada wisatawan seperti pemandangan alam, kesenian, dan atraksi wisata.

b. *Something to do*

Something to do meliputi apa saja yang dilakukan di lokasi pariwisata. Konsep *something to do* memicu objek wisata untuk menyediakan fasilitas, atraksi dan pelayanan pariwisata yang baik agar dapat menarik wisatawan untuk betah berlama-lama di tempat itu atau bahkan kembali berwisata lagi di kemudian hari.

c. *Something to buy*

Objek pariwisata harus menyediakan sesuatu yang bisa dibeli oleh wisatawan sebagai souvenir untuk dibawa ke daerah asal. Terlebih jika souvenir tersebut bertemakan budaya setempat atau kerajinan rakyat sekitar yang memiliki karakteristik khas yang tidak dimiliki daerah lain.

2.1.2.3 Komponen Utama Pariwisata

Produk pariwisata dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi sebuah objek wisata. Dalam hal ini produk pariwisata dikaji menggunakan analisis 4A (*Attraction, Amenities, Accessibility, Ancillary*). Teori ini pertama digagas oleh Cooper (1993) dalam Suwena & Widyatmaja (2010:101):

a. *Attraction* (Atraksi)

Suatu wilayah bisa dikembangkan menjadi tujuan wisata apabila daerah tersebut memiliki kondisi yang mendukung untuk dikembangkannya atraksi wisata. Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu: *natural resources* (alami), atraksi wisata budaya, dan atraksi buatan manusia. Modal tersebut bisa menjadi alasan atau motivasi seseorang dalam mengunjungi objek wisata.

b. *Amenities* (Fasilitas)

Fasilitas adalah segala unsur pendukung meliputi sarana prasarana yang tersedia dalam sebuah pariwisata. Fasilitas pariwisata sangatlah kompleks. Fasilitas pariwisata juga berhubungan dengan kenyamanan pengunjung mengunjungi objek wisata. Misalnya tersedia tempat sampah, denah lokasi, petunjuk arah, ketersediaan air bersih, listrik dan lainnya.

c. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas dalam pariwisata merupakan sebuah ukuran mudah tidaknya suatu lokasi pariwisata dijangkau oleh banyak pengunjung. Aksesibilitas berhubungan dengan ketersediaan transportasi, jarak, waktu tempuh, biaya perjalanan, dan medan. Semakin aksesibilitasnya baik, maka suatu objek pariwisata berpotensi banyak dikunjungi. Tetapi tidak menutup kemungkinan objek wisata yang susah dijangkau banyak dikunjungi wisatawan jika objek wisata tersebut menyajikan sesuatu yang unik yang disenangi pengunjung.

d. *Ancillary* (Kelembagaan/Pelayanan)

Ancillary berhubungan lembaga atau organisasi yang berkaitan dengan kewenangan/kebijakan serta pengelolaan objek wisata. *Ancillary* juga pada hakikatnya merupakan hal-hal yang sangat mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan, *Tourist Information*, *Travel Agent* dan *stakeholder*

(Pemerintah daerah, investor, masyarakat lokal) yang berperan langsung dalam kepariwisataan.

2.1.2.4 Jenis-jenis Pariwisata

Menurut Suwanto (2004) dalam (Mesra, dkk., 2021:33) jenis-jenis pariwisata diantaranya:

a. Wisata Budaya

Seseorang yang melakukan perjalanan dengan maksud mempelajari adat istiadat, budaya, gaya hidup dan kebiasaan masyarakat di daerah atau negara yang dikunjungi. Jenis wisata ini misalnya berkunjung ke pameran/museum budaya atau berpartisipasi dalam festival seni dan kegiatan budaya lainnya.

b. Wisata Kesehatan

Artinya seseorang bepergian dengan maksud untuk sembuh dari suatu penyakit atau memulihkan vitalitas fisik dan mental. Tempat wisata kesehatan meliputi tempat peristirahatan, pemandian air panas, mata air mineral dan tempat lainnya yang dapat menjadi tempat istirahat wisatawan selama perjalanan.

c. Wisata Olahraga

Wisata ini adalah ketika seseorang melakukan perjalanan pariwisata untuk berpartisipasi dalam kegiatan olahraga misalnya Olimpiade, *Sea Games*, atau bahkan piala dunia. Pada wisata olahraga, wisatawan dapat bertindak sebagai pemain atau pendukung.

d. Wisata Komersial

Istilah lainnya adalah *business tourism*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan alasan komersial atau bisnis. Misalnya, pameran kunjungan, pameran industri, bazar, pekan raya dan pameran kerajinan. Pada mulanya kegiatan ini tidak digolongkan ke dalam jenis pariwisata karena perjalanan wisata komersial hanya dilakukan untuk bisnis belak, namun kegiatan pameran atau pekan raya tersebut sering dimeriahkan dengan

berbagai atraksi dan pertunjukan kesenian serta menarik khalayak umum untuk berkunjung.

e. Wisata Industri

Perjalanan yang dilakukan oleh sekelompok pelajar atau kelompok mahasiswa ke industri besar untuk belajar atau penelitian di daerah tersebut. Misalnya berkunjung ke IPTN untuk melihat industri pesawat terbang. Wisata ini banyak dilakukan di negara-negara yang telah maju terutama dalam segi industri jasa.

f. Wisata Politik

Seseorang yang mengunjungi suatu negara untuk terlibat dalam politik. Misalnya kunjungan perayaan 17 Agustus di Jakarta.

g. Wisata Konvensi

Seseorang yang bepergian dan mengunjungi suatu wilayah atau negara untuk menghadiri pertemuan atau konferensi. Misalnya, KTT Non Blok atau Konferensi Asia Afrika Perjalanan konferensi ini terkait erat dengan politik.

h. Wisata Sosial

Kegiatan wisata sosial ini merupakan kegiatan wisata yang dilakukan secara non profit. Tur ini ditujukan untuk kaum muda atau kelompok orang dan pelajar yang lemah secara finansial.

i. Wisata Pertanian (Agrowisata)

Agrowisata merupakan perjalanan wisata dengan melakukan kegiatan-kegiatan pertanian, peternakan, perikanan, dan kehutanan. Agrowisata akan banyak ditemukan di wilayah pedesaan.

j. Wisata Bahari atau Maritim

Wisata ini merupakan wisata yang kegiatannya dilakukan di daerah perairan atau di air. Wisata ini dapat dilakukan di pantai, laut, danau, sungai, kolam, dan lainnya. Misalnya menyelam dan berselancar.

k. Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi)

Jenis wisata ini adalah kunjungan ke cagar alam. Selain mengunjungi satwa atau tumbuhan langka, juga dirancang untuk menghirup udara segar dan menikmati keindahan alam. Misalnya kunjungan ke Cagar Alam Waigeo, Raja Ampat. Wisata cagar alam banyak dilakukan oleh penggemar dan pecinta alam.

l. Wisata Berburu

Kegiatan wisata ini berkaitan dengan hobi berburu. Tempat berburu ini tentu saja sudah ditetapkan sebagai tempat berburu oleh pemerintah. Misalnya di Cikidang, Sukabumi yaitu wisata berburu babi hutan yang dibuka oleh masyarakat ketika babi hutan merusak pertanian warga.

m. Wisata Pilgrim

Jenis wisata ini berkaitan dengan religi, kepercayaan atau adat istiadat yang ada di masyarakat. Ziarah dilakukan baik secara individu maupun kelompok. Mengunjungi tempat-tempat suci, makam orang suci atau orang terkenal, dan pemimpin yang dihormati. Misalnya wisata goa Safarwadi Pamijahan, Kabupaten Tasikmalaya. Goa ini sering dikunjungi umat Islam karena ada makam tokoh penyebar agama Islam yaitu Syekh Haji Abdul Muhyi.

n. Wisata Bulan Madu

Seperti namanya, orang yang melakukan perjalanan wisata jenis ini adalah pasangan yang berbulan madu atau pengantin baru. Agen perjalanan atau biro perjalanan yang menyelenggarakan perjalanan ini biasanya menawarkan fasilitas khusus.

Selain itu, ada beberapa jenis objek dan daya tarik wisata menurut Hadiwijoyo, S. S. (2018:22), diantaranya:

a. Objek Wisata Alam/Ekowisata

Objek wisata alam adalah sumber daya alam yang dimanfaatkan menjadi daya tarik wisata baik dalam keadaan alami maupun setelah adanya usaha budidaya. Tujuan utamanya adalah

untuk mengeksplorasi, mengagumi dan menikmati pemandangan alam (*landscape*) dan kekayaan hayati yang dikandungnya seperti hewan dan tumbuhan, serta budaya lokal daerah tersebut (Honey, 1999 dalam Luchman, 2004:25).

b. Objek Wisata Sosial Budaya

Objek ini berhubungan dengan tradisi leluhur yang diwariskan secara turun temurun sehingga bernilai dengan kesan antik. Wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, situs arkeologi, upacara adat, kerajinan dan seni pertunjukan.

c. Objek Wisata Minat Khusus

Wisata minat khusus merupakan wisata yang didasari oleh hobi yang menekankan pada petualangan, tantangan, dan pencapaian wisatawan melalui interaksi dengan alam. Pariwisata ini berkembang pesat saat ini dengan dibantu fasilitas-fasilitas penunjang yang ahli dalam bidangnya (Sari, dkk., 2018:14). Salah satu contoh wisata minat khusus adalah panjat tebing.

Adapun jenis pariwisata menurut tujuan (Arjana, 2015:97) diantaranya:

- a. Pariwisata bisnis (*business tourism*), perjalanan yang bertujuan menyelesaikan urusan bisnis seperti melakukan *meeting* atau pameran.
- b. Pariwisata liburan (*vacancy tourism*).
- c. Pariwisata pendidikan (*educational tourism*) seperti *study tour* atau widya wisata.
- d. Pariwisata spiritual atau keagamaan (*pilgrim tourism*).

2.1.2.5 Pelaku Pariwisata

Pelaku pariwisata adalah semua elemen atau pihak yang berperan dalam kegiatan kepariwisataan. Adapun jenis-jenis pelaku pariwisata (Damanik & Weber, 2006 dalam Heryati, 2019:61):

a. Wisatawan

Wisatawan merupakan pihak yang bertindak sebagai pengguna dari produk pariwisata serta layanan pariwisata. Wisatawan mempunyai beragam motif dan tujuan yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan pariwisata, hal itu lah yang menyebabkan adanya keberagaman produk, pelayanan, dan jasa wisata.

b. Industri Pariwisata/ Penyedia Jasa

Usaha-usaha yang menciptakan produk barang dan jasa bagi kegiatan pariwisata. Industri pariwisata ini terbagi menjadi dua, yaitu: Pelaku langsung, yaitu usaha wisata yang menciptakan barang dan jasa yang dibutuhkan langsung oleh wisatawan. Biasanya, produk yang ditawarkan menjadi satu kesatuan dalam rangkaian kegiatan wisata. Misalnya atraksi wisata, pemandu wisata, akomodasi (penginapan), biro perjalanan, dan pusat informasi. Sedangkan pelaku tidak langsung, yaitu usaha wisata dalam mendukung kegiatan pariwisata secara tidak langsung, dengan kata lain hanya sebagai pelengkap daya tarik wisata. Misalnya souvenir, buku panduan objek wisata, dan lainnya.

c. Pendukung Jasa Wisata

Pendukung jasa wisata dalam hal ini diartikan sebagai usaha-usaha dalam kepariwisataan yang tidak secara khusus menawarkan produk wisata namun bergantung pada wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk itu. Misalnya jasa fotografi, jasa kecantikan, penjual BBM, bengkel, dan jasa-jasa olahraga.

d. Pemerintah

Pemerintah dalam hal ini bertindak sebagai otoritas, pengawas, pengatur kebijakan makro, pengarah infrastruktur, dan penentu arah gerak pariwisata. Misalnya pemerintah bertindak sebagai pemberian SK (Surat Keputusan) suatu desa dijadikan

sebagai Desa Wisata karena adanya unsur-unsur Desa Wisata yang khas di wilayah tersebut.

e. Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)

LSM merupakan suatu organisasi perkumpulan non-pemerintah yang secara mandiri bergerak dalam berbagai bidang, seperti pariwisata. LSM yang biasanya berkontribusi dalam pariwisata seperti Pokdarwis, BUMDes, Karang Taruna, komunitas pecinta alam, dan Walhi.

2.1.3 Desa Wisata

2.1.3.1 Pengertian Desa Wisata

Desa Wisata adalah suatu bentuk integrasi antara potensi daya tarik wisata alam, wisata buatan, dan wisata budaya dalam satu kawasan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat pedesaan dengan segala potensinya.

Desa wisata merupakan sebuah pariwisata dengan cara pemanfaatan kondisi alamiah dari suatu wilayah yang kemudian menjadi objek wisata dengan tidak dibuat-buat. Pengelola hanya melakukan modifikasi berupa fasilitas dan aksesibilitas dan tidak banyak memodifikasi atraksi wisatanya. Prinsip utama Desa Wisata adalah membangun dengan fokus pemberdayaan masyarakat untuk dapat mengembangkan potensi desanya secara mandiri. Dengan adanya Desa Wisata, maka secara tidak langsung mampu mengurangi dampak urbanisasi karena kemampuan desa untuk membangkitkan aktivitas ekonomi masyarakat melalui kegiatan kepariwisataan.

a. Jenis-jenis Desa Wisata

Menurut Kementerian Pariwisata dalam Buku Panduan Desa Wisata (2020:2), ada 4 jenis Desa Wisata, diantaranya:

- 1) Desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam, yaitu desa wisata yang menjadikan kondisi alam sebagai daya tarik

utama pegunungan, lembah, sungai, pantai, dan berbagai bentang alam unik lainnya.

- 2) Desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya lokal yaitu desa wisata yang menonjolkan aktivitas budaya sehari-hari masyarakat seperti upacara adat, kegiatan pertanian, aktivitas religi, dan aktivitas lainnya.
- 3) Desa wisata kreatif yaitu desa wisata yang menjadikan keunikan aktivitas ekonomi kreatif sebagai daya tarik utama dalam kegiatan pariwisata, seperti kerajinan dan kesenian.
- 4) Desa wisata kombinasi, yaitu desa wisata yang menyajikan kesatuan daya tarik wisata alam, budaya, dan ekonomi kreatif.

b. Syarat-syarat Desa Wisata

Menurut Nuryanti, Wiendu (1993) dalam Priyanto (2016:78) syarat suatu Desa dapat dikatakan sebagai Desa Wisata adalah harus memenuhi beberapa syarat ataupun kriteria, diantaranya:

- 1) Aksesibilitasnya baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi.
- 2) Memiliki objek-objek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai objek wisata.
- 3) Masyarakat dan aparat desanya menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya.
- 4) Keamanan di desa tersebut terjamin.
- 5) Tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai.
- 6) Beriklim sejuk atau dingin.
- 7) Berhubungan dengan objek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

2.1.4 Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan Desa Wisata merupakan sebuah upaya untuk peningkatan Desa Wisata menjadi lebih unggul. Upaya pengembangan Desa Wisata dilakukan dengan pemberdayaan masyarakat dan terjadi secara bertahap. Pengembangan desa wisata merupakan sebuah perubahan terencana yang di dalamnya membutuhkan partisipasi masyarakat lokal secara holistik (Sidiq & Resnawaty, 2017:38).

2.1.4.1 Tahap-tahap Pengembangan Desa Wisata

Mengutip dari Kementerian Pariwisata dalam Buku Panduan Desa Wisata (2020:7), tahap-tahap pengembangan Desa Wisata yaitu:

- a. Rintisan. Pada tahap ini sebuah Desa Wisata masih merupakan potensi untuk dapat dikembangkan menjadi destinasi pariwisata, hal itu diakibatkan karena kesadaran masyarakat sekitar akan potensi pariwisata belum tumbuh. Wisatawan yang berkunjung pun terbatas atau relatif sedikit karena sarana dan prasarana yang belum memadai. Sehingga diperlukan pendampingan baik dari lembaga pemerintahan maupun swasta.
- b. Berkembang. Pada tahap ini Desa Wisata sudah cukup dikenal oleh masyarakat dan mampu menerima wisatawan lokal maupun luar daerah. Sarana dan prasarana yang tersedia sudah memadai yang mengakibatkan terciptanya lapangan pekerjaan dan aktivitas ekonomi lainnya. Tetapi desa wisata dalam tahap ini masih memerlukan pendampingan.
- c. Maju. Pada tahap ini masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi pariwisata wilayahnya. Wisatawan yang berkunjung tidak hanya wisatawan domestik saja, melainkan mancanegara. Sarana prasarana sudah sangat memadai karena masyarakat sudah mampu mengelola dan memanfaatkan dana desa untuk

usaha pengembangan Desa Wisata melalui Pokdarwis atau semacamnya.

- d. Mandiri. Tahap ini merupakan tahap paling tinggi dalam pengembangan Desa Wisata. Desa Wisata mandiri sudah dikenal oleh mancanegara dan sudah menerapkan konsep pariwisata berkelanjutan serta diakui dunia. Masyarakat sudah mampu memanfaatkan teknologi sebagai promosi pariwisata. Banyak inovasi dalam pengembangan potensi desa sehingga menjadi unit kewirausahaan mandiri. Pengelolaan Desa Wisata sudah dilakukan secara kolaboratif antar sektor serta fasilitas yang sudah berstandar nasional.

2.1.4.2 Prinsip-prinsip Pengembangan Desa Wisata

Menurut Kementerian Pariwisata dalam Buku Panduan Desa Wisata (2020:2), prinsip pengembangan desa wisata diantaranya:

- a. Keaslian. Atraksi yang ditawarkan adalah aktivitas asli yang terjadi di Desa tersebut.
- b. Masyarakat setempat. Atraksi yang ditampilkan merupakan tradisi keseharian masyarakat setempat.
- c. Keterlibatan masyarakat. Masyarakat secara aktif terlibat dalam upaya pengembangan Desa Wisata.
- d. Sikap dan nilai. Desa Wisata dalam pengembangannya tetap menganut sistem sikap dan nilai budaya leluhur untuk menghargai adat norma yang berlaku.
- e. Konservasi dan daya dukung. Pengembangan Desa Wisata harus mengacu pada daya dukung dan daya tampung wilayah.

2.1.5 Sapta Pesona

Sapta pesona merupakan sebuah konsep yang didalamnya membuat standar kondisi objek wisata dengan dukungan peran serta masyarakat lokal sebagai tuan rumah destinasi wisata untuk menciptakan lingkungan dan suasana yang kondusif dalam usaha menarik wisatawan untuk berkunjung, dengan memuat beberapa unsur diantaranya: Aman, tertib, bersih, sejuk,

indah, ramah tamah, dan kenangan (Muljadi, 2009 dalam Dewi, Y. S. & R. K., 2017:2)

1. Aman

Aman merupakan suatu kondisi ketika wisatawan merasa tenang saat berada di lokasi pariwisata dan melakukan kegiatan pariwisata di sana. Aman juga diartikan sebagai tidak adanya rasa takut dan khawatir ketika mendapat pelayanan pariwisata dan juga merasa tenang ketika menggunakan fasilitas yang tersedia di wisata tersebut. Rasa aman menjadikan wisatawan merasa tenang dan memiliki rasa seakan terlindungi.

2. Tertib

Tertib diartikan sebagai suasana pariwisata yang teratur dan disiplin. Tertib juga dimaknai dengan suatu perlakuan yang sama dan adil bagi wisatawan. Selain itu tertib ditandai dengan pelaksanaan peraturan di objek wisata sesuai dengan perannya. Wisatawan akan menemukan sesuatu sesuai pada waktunya dan wisatawan selalu mudah mengakses informasi yang akurat dengan bahasa yang mudah dimengerti di lokasi pariwisata.

3. Bersih

Bersih yang dimaksud adalah kawasan pariwisata harus memiliki tempat yang bersih dan sehat. Hal ini bisa dilakukan dengan penyediaan tempat sampah, tempat cuci tangan, perawatan fasilitas pariwisata, pengelola kebersihan yang terorganisir, atau bisa dilakukan dengan upaya penyediaan makanan dan minuman tanpa zat berbahaya dan ramah lingkungan.

4. Sejuk

Sebuah pariwisata harus bisa memberikan rasa sejuk kepada wisatawan agar mereka bisa betah berlama-lama di lokasi pariwisata. Pengelola bisa membuat lokasi pariwisata dengan sirkulasi udara yang cukup jika berada dalam ruangan. Atau jika berada di luar ruangan, pengelola bisa menanam pohon-pohon besar untuk tempat berteduh atau penyediaan pot-pot tanaman yang sekaligus memberikan pasokan oksigen yang segar dengan catatan tidak berlebihan.

5. Indah

Indah merupakan suatu kondisi yang mencerminkan suasana yang “menyenangkan mata”. Indah bisa dilakukan dengan penataan ruang yang serasi dengan mengedepankan estetika dan fungsi. Keindahan tersebut tidak terlepas dari pemeliharaan dan pelestarian yang dilakukan secara berkala.

6. Ramah-Tamah

Ramah-tamah adalah suasana masyarakat yang mudah berbaur dan bersosialisasi dengan masyarakat pendatang atau wisatawan. Sikap ramah tamah menjadi ciri karakteristik masyarakat Indonesia dalam berkehidupan. Hal ini dapat dilakukan dengan: upaya sopan dalam berkomunikasi, selalu senyum dan menyapa, dan ringan kaki dalam memberi pelayanan.

7. Kenangan

Perjalanan wisata harus memberikan kenangan yang membekas dalam benak wisatawan sehingga wisatawan memiliki keinginan untuk mendatangi kembali objek wisata tersebut. Kenangan tersebut misalnya didapat dari segi pelayanan dan akomodasi saat menginap, kenangan dari atraksi budaya yang menakjubkan baik dari mutu maupun waktu yang tepat. Atau kenangan dari kuliner khas yang memanjakan lidah serta oleh-oleh/souvenir yang unik dengan harga yang wajar.

2.1.6 Partisipasi Masyarakat

Partisipasi dapat diartikan sebagai keikutsertaan sesuatu terhadap sesuatu yang lain sehingga menimbulkan pengaruh baik bagi keduanya maupun salah satunya. Sedangkan masyarakat merupakan kesatuan unsur manusia yang mendiami wilayah tertentu yang diatur oleh nilai dan norma-norma. Menurut Sutarta (2002) dalam Adrian & Muh. Yusuf (2020:21) partisipasi masyarakat dapat diartikan sebagai keikutsertaan, keterlibatan dan kebersamaan anggota masyarakat dalam suatu kegiatan tertentu, baik langsung maupun tidak langsung. Hal itu selaras dengan apa yang dikatakan Isbandi (2007) dalam Wahyuni (2019:95), bahwa partisipasi masyarakat merupakan keterlibatan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah, potensi, dan kebutuhan masyarakat, pengambilan keputusan

tentang alternatif solusi untuk menangani masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah, dan proses evaluasi terhadap perubahan yang terjadi.

2.1.6.1 Bentuk Partisipasi Masyarakat

Adapun bentuk-bentuk partisipasi masyarakat menurut Dirjen PMD Direktorat Jenderal Pembangunan Masyarakat Desa Depdagri terbagi menjadi 4 jenis, yaitu partisipasi buah pikiran, partisipasi tenaga, partisipasi harta benda, dan partisipasi keterampilan (Sudriamunawar, 2006 dalam Ira & Muhamad, 2020:127):

- a. Partisipasi buah pikiran, adalah partisipasi berdasarkan kontribusi ide-ide atau konsep penyusunan rencana suatu kegiatan. Wujud partisipasi ini antara lain seperti ikut menyumbangkan ide dan gagasan atau pemikiran melalui kehadiran dalam rapat atau musyawarah.
- b. Partisipasi tenaga, partisipasi dalam ini tidak hanya dilakukan pada saat pelaksanaan pariwisata, namun dilaksanakan sejak perencanaan terutama untuk kebutuhan sarana prasarana di lokasi pariwisata. Sebagai contoh partisipasi dalam perbaikan jalan sekitar kawasan wisata.
- c. Partisipasi harta benda, yaitu partisipasi masyarakat baik perorangan atau instansi yang membantu pariwisata dalam hal pendanaan. Misalnya lembaga swasta sebagai donatur, atau masyarakat yang sekedar memberikan makanan ketika kerja bakti dalam kawasan pariwisata.
- d. Partisipasi keterampilan, merupakan bentuk partisipasi dalam bentuk sumbangan keterampilan atau keahlian yang dimiliki untuk membantu proses pelaksanaan pengembangan pariwisata. Jenis partisipasi ini dapat dilihat pada saat pelaksanaan kegiatan pariwisata.

2.1.6.2 Jenis-jenis Partisipasi Masyarakat

Jenis-jenis partisipasi masyarakat dibedakan berdasarkan sistem mekanismenya, yaitu (Cohen dan Uhoff, 1977 dalam Fitriani, dkk: 2018:85):

- a. *Participation in decision making* adalah partisipasi masyarakat dalam proses pembuatan keputusan dan kebijakan organisasi dalam pengelolaan pariwisata.
- b. *Participation in implementation* adalah partisipasi atau keikutsertaan masyarakat dalam kegiatan operasional pembangunan berdasarkan program yang telah ditetapkan.
- c. *Participation in benefit* adalah partisipasi masyarakat dalam menikmati atau memanfaatkan hasil-hasil pembangunan yang dicapai dalam pelaksanaan pembangunan. Misalnya dalam pariwisata masyarakat bertindak sebagai pengunjung.
- d. *Participation in evaluation* adalah partisipasi masyarakat dalam bentuk keikutsertaan menilai serta mengawasi kegiatan pembangunan serta hasil-hasilnya.

2.1.6.3 Faktor-faktor Partisipasi Masyarakat

Berdasarkan teori Angell dalam Lisdiana (2013) dalam Tumbel (2017:5), ada 5 faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat, diantaranya:

- a. Usia. Usia sangat mempengaruhi terhadap produktivitas seseorang. Orang yang memiliki usia yang relatif muda cenderung memiliki tenaga dan pemikiran yang lebih mumpuni, berbeda dengan seseorang yang berusia lebih tua. Sehingga orang dengan usia menengah keatas cenderung lebih banyak berpartisipasi dari pada kelompok usia lain.
- b. Jenis kelamin. Budaya patriarki yang masih mengakar di Indonesia mengakibatkan peran perempuan dalam partisipasi masyarakat didominasi oleh kaum laki-laki, terlepas dari jenis

kebutuhan partisipasi dalam pengembangan pariwisata khususnya.

- c. Pendidikan. Pendidikan dikatakan sebagai salah satu syarat mutlak dalam berpartisipasi. Semakin tinggi pendidikan seseorang, tentunya akan mempunyai pengetahuan yang luas tentang pembangunan dan bentuk serta tata cara partisipasi yang dapat diberikan. Idealnya, semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan semakin tinggi kesadaran dalam berpartisipasi di lingkungannya.
- d. Pekerjaan dan penghasilan. Pekerjaan dan penghasilan pekerjaan yang baik dan penghasilan yang cukup dapat mendorong untuk berpartisipasi. Pekerjaan juga berpengaruh pada waktu luang dalam seseorang berpartisipasi misalnya menghadiri rapat dalam suatu kegiatan. Semakin besar pendapatan seseorang, semakin besar juga peluang dalam berinvestasi jika memang itu menjadi prioritasnya.
- e. Lamanya tinggal. Lamanya seseorang tinggal mempengaruhi rasa memiliki terhadap lingkungannya dan rasa ingin membangun lingkungannya lebih baik.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Di bawah ini beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang penulis lakukan baik itu skripsi maupun jurnal. Hasil penelitian yang relevan dapat digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 2.1
Penelitian yang Relevan

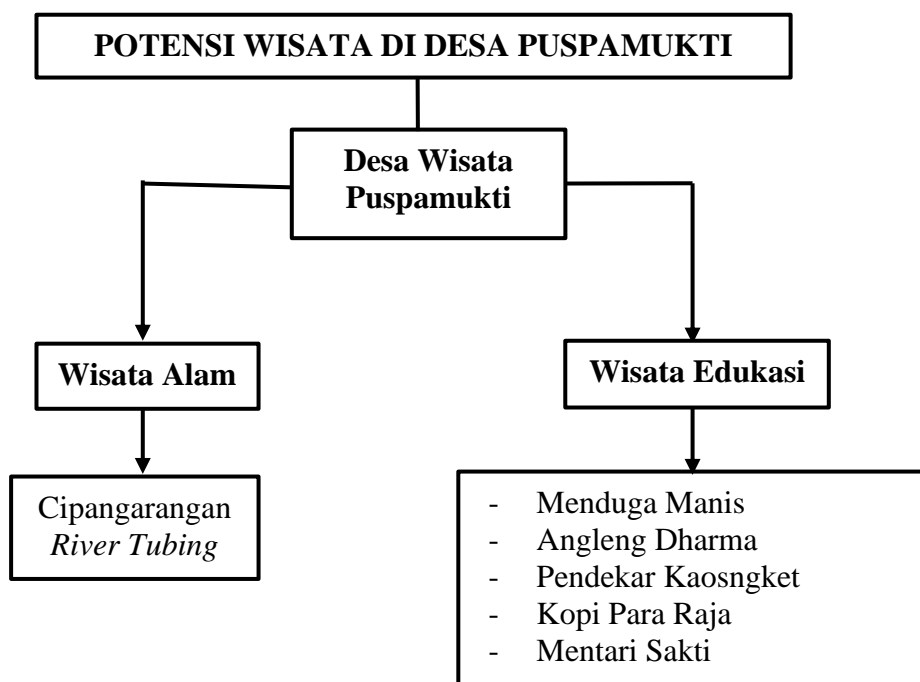
No.	Aspek	Penelitian 1 (Skripsi)	Penelitian 2 (Skripsi)	Penelitian 3 (Jurnal)	Penelitian yang dilakukan
1	Penulis	Neng Sindi Aryanti	Tesa Rahmawati	Widyarini S. Ira dan Muhamad	Riri Lestari
2	Judul	Partisipasi Masyarakat dalam Mendukung Desa Wisata di Desa Santanamekar Kecamatan Cisayong Kabupaten Tasikmalaya	Identifikasi Potensi Desa Wisata di Desa Guranteng Kecamatan Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya	Partisipasi Masyarakat pada Penerapan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan (Studi Kasus Desa Wisata Pujon Kidul, Kabupaten Malang)	Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Puspamukti Kecamatan Cigalontang Kabupaten Tasikmalaya
3	Tahun	2022	2022	2020	2023
4	Instansi	Universitas Siliwangi	Universitas Siliwangi	Universitas Gadjah Mada	Universitas Siliwangi
5	Rumusan Masalah	1. Potensi wisata apa sajakah yang dimiliki untuk mendukung desa wisata di desa Santanamekar Kecamatan Cisayong Kabupaten Tasikmalaya? 2. Bagaimanakah bentuk-bentuk partisipasi masyarakat dalam mendukung desa wisata di Desa Santanamekar Kecamatan Cisayong Kabupaten Tasikmalaya?	1. Potensi wisata apa sajakah yang terdapat di Desa Guranteng Kecamatan Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya? 2. Hal-hal apa sajakah yang perlu dikembangkan untuk mendukung desa wisata di Desa Guranteng Kecamatan Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya?	Bagaimana bentuk-bentuk partisipasi masyarakat pada penerapan pembangunan pariwisata berkelanjutan (Studi Kasus Desa Wisata Pujon Kidul, Kabupaten Malang)?	1. Bagaimana potensi Desa Puspamukti sebagai Desa Wisata di Kecamatan Cigalontang Kabupaten Tasikmalaya? 2. Bagaimana bentuk-bentuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Puspamukti Kecamatan Cigalontang Kabupaten Tasikmalaya?
7	Metode	Deskriptif dengan pendekatan Kuantitatif	Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif	Kualitatif Deskriptif	Deskriptif

Sumber: Hasil Analisis, September 2022

Perbandingan ketiga penelitian di atas dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah adanya perbedaan yang terletak pada lokasi penelitian dan metode penelitian yang digunakan. Sedangkan persamaannya terletak pada kajiannya adalah sama-sama membahas mengenai partisipasi masyarakat dan desa wisata.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan sebuah persepsi peneliti berdasarkan rumusan masalah dengan mengacu pada kajian teori serta hubungan antar keduanya. Sesuai dengan namanya, kerangka konseptual pada umumnya berupa peta konsep atau *mind mapping*. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan berdasarkan kajian teori yang telah dirumuskan, maka secara skematis kerangka konseptual dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian:

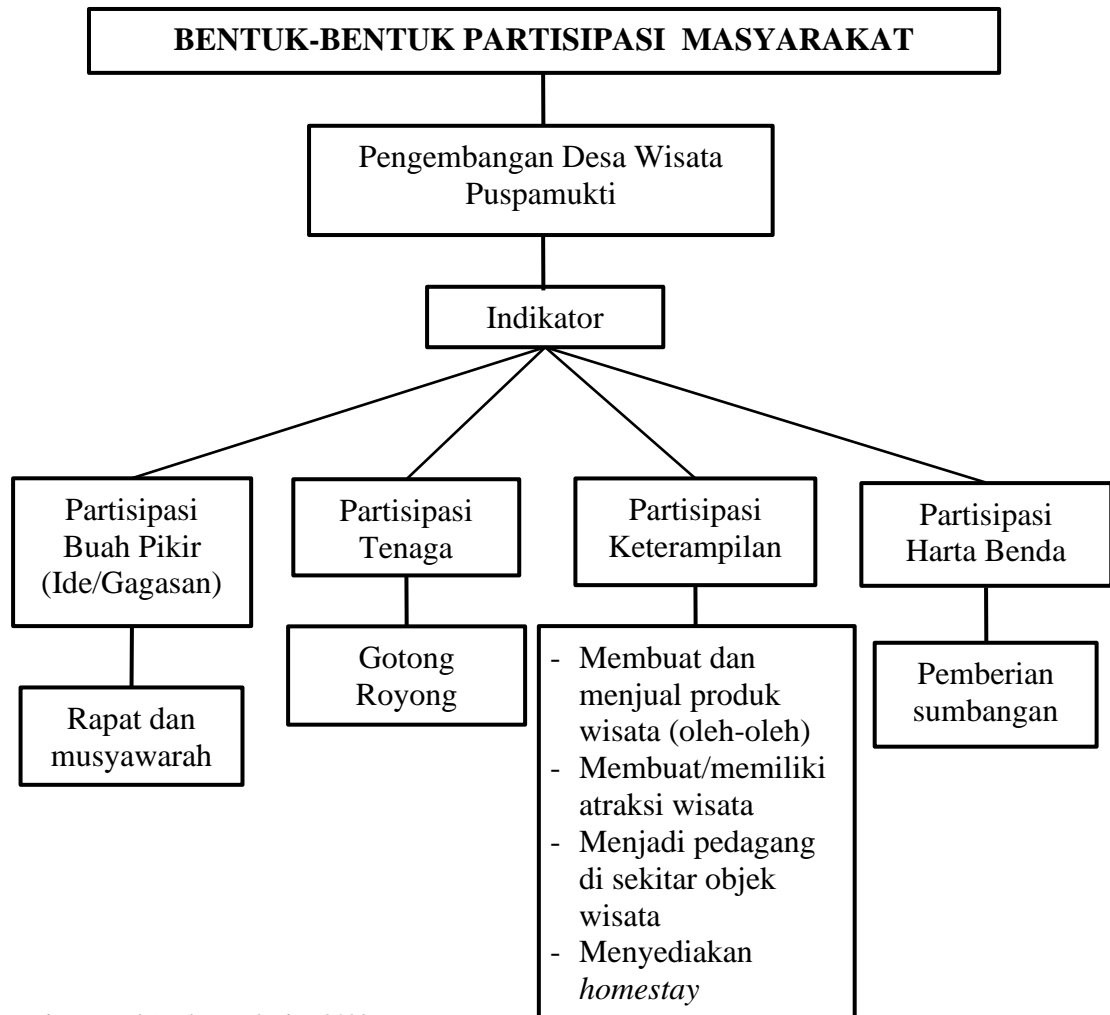


Sumber: Hasil Analisis, Oktober 2022

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual I

Kerangka konseptual pertama berdasar pada rumusan masalah yang pertama yaitu mengenai potensi Desa Puspamukti sebagai Desa Wisata Puspamukti Kecamatan Cigalontang Kabupaten Tasikmalaya, terbagi menjadi 3 aspek yaitu: **wisata alam** yang didalamnya terdapat Cipangarangan *River Tubing* serta **wisata**

edukasi yang didalamnya terdapat wisata Menduga Manis, wisata Angleng Dharma, wisata Pendekar Kasongket, wisata Kopi Para Raja, dan Mentari Sakti.



Sumber: Hasil Analisis, Oktober 2022

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual II

Kerangka konseptual yang selanjutnya adalah bentuk-bentuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Puspamukti Kecamatan Cigalontang Kabupaten Tasikmalaya yang terbagi menjadi empat indikator yaitu: *pertama* partisipasi buah pikir (Ide/Gagasan) yaitu musyawarah. *Kedua* partisipasi tenaga berupa gotong royong. *Ketiga* partisipasi keterampilan yaitu menjual produk wisata (oleh-oleh), membuat/memiliki atraksi wisata, menjadi pedagang di sekitar objek wisata, dan menyediakan *homestay*. dan *Keempat* partisipasi harta

benda yaitu pemberian sumbangan bagi pengembangan Desa Wisata Puspamukti Kecamatan Cigalontang Kabupaten Tasikmalaya.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2022). Hipotesis berupa pendapat atau kesimpulan peneliti dari rumusan masalah dan kajian teori yang digunakan dalam sebuah penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. Potensi Desa Puspamukti sebagai Desa Wisata di Kecamatan Cigalontang Kabupaten Tasikmalaya terbagi atas dua jenis wisata, yaitu potensi wisata alam (Cipangarangan *River Tubing*) dan wisata edukasi (Wisata Menduga Manis, Angleng Dharma, Pendekar Kasongket, Kopi Para Raja, dan Mentari Sakti).
2. Bentuk-bentuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Puspamukti Kecamatan Cigalontang Kabupaten Tasikmalaya terbagi atas empat bentuk partisipasi, diantaranya partisipasi buah pikir atau Ide/Gagasan (musyawarah), partisipasi tenaga (gotong royong), partisipasi keterampilan (membuat dan menjual produk wisata/oleh-oleh, membuat/memiliki atraksi wisata, menjadi pedagang di sekitar objek wisata, dan menyediakan *homestay*), dan partisipasi harta benda (pemberian sumbangan).