

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Landasan Teoretis

1. Geografi Pariwisata

Pariwisata menjadi salah satu cabang ilmu geografi yang memiliki arti suatu ilmu pengetahuan yang mengkaji serta menganalisis berbagai fenomena fisiogeografis serta sosiogeografis. Fisiogeografis terdiri dari unsur-unsur lingkungan fisik bumi, serta sosiogeografis terdiri atas unsur-unsur lingkungan hidup manusia atau unsur dari sosial dan budayanya. Memiliki lingkungan fisik serta unsur sosial budaya yang unik, memiliki keindahan dan nilai, terdapat daya tarik untuk dikunjungi hingga berkembang sebagai destinasi wisata. (Arjana, 2020:9).

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya suatu dampak sebagai hasil dari pola atau adanya timbal balik antara lingkungan dengan manusia yang saling berhubungan. Suatu ciri dari ilmu geografi pariwisata adalah terdapat lokasi dan kondisi suatu objek yang saling berhubungan dengan manusia pada suatu wilayah atau wilayah lainnya. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwasannya pariwisata sangat relevan menjadi kajian geografi.

2. Strategi Pengembangan Objek Wisata.

Pengembangan suatu destinasi wisata perlu memenuhi tiga kriteria agar obyek wisata tersebut dapat diminati wisatawan. Menurut Yoeti, (1985:11) tiga kriteria tersebut yaitu:

- a. *Something to see* adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh wisatawan. Obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat wisatawan agar mengunjungi obyek wisata tersebut.
- b. *Something to do* adalah wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata dapat melakukan sesuatu yang berguna atau bermanfaat dan memberikan rasa senang yang berupa fasilitas-fasilitas rekreasi baik berupa area bermain ataupun tersedianya berbagai tempat makanan khas lokal sehingga mampu memberikan pengalaman baru serta membuat wisatawan betah untuk tinggal.
- c. *Something to buy* adalah fasilitas untuk para wisatawan dapat berbelanja berupa souvenir, produk kemasan yang umumnya khas di daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

Menurut penelitian Kanom (2015), strategi pengembangan objek wisata merupakan suatu rencana yang terpadu yang bersifat menyeluruh mewakili bidang keilmuan dari unsur pemerintah, akademis, masyarakat, maupun swasta untuk menganalisis berbagai kendala, kondisi lingkungan

internal maupun eksternal suatu objek wisata, sehingga menjadikan suatu objek wisata yang berkelanjutan.

Pengembangan pariwisata perlu adanya peningkatan dengan mengembangkan pengetahuan mengenai pendidikan tenaga kerja dan pengembangan fisik obyek wisata. Kedua hal tersebut saling berhubungan, karena itu pengembangannya harus tepat dan terarah, dengan demikian pengembangan tersebut menjadi realistis dan proporsional. Peran masyarakat dan pemerintah regional sangat berpengaruh terhadap pengembangan suatu objek wisata. Pengembangan objek wisata sepenuhnya terbentuk atas dasar ide kreatif dan inovatif yang dimiliki oleh pengelola yang memajemen objek wisata, serta terdapat dukungan yang aktif dari pemerintah, masyarakat ataupun pihak swasta sehingga pengembangan objek wisata berjalan dengan baik.

3. Pariwisata.

a. Pengertian Pariwisata dan Kepariwisataan.

Menurut Eddyono (2021:7), pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan untuk mencari hiburan, hiburan disini dapat bersumber dari panorama alam yang indah, atraksi pariwisata, kekhasan budaya, keragaman flora dan fauna, makan dan minuman ataupun fasilitas wisata yang lainnya.

Kepariwisataan menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 pasal 1, menjelaskan bahwa kepariwisataan merupakan keseluruhan dari aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan pariwisata dengan

banyak sudut pandang serta melibatkan berbagai disiplin ilmu. Multidimensi serta multidisiplin yang nampak sebagai bentuk kebutuhan dari setiap masyarakat dan negara. Memiliki interaksi antara pelaku wisata dengan penduduk setempat serta pengusaha wisata dengan pemerintah daerah.

b. Dasar - Dasar Pariwisata

Isdarmanto (2017:6 – 29), berpendapat bahwa terdapat tiga komponen yang menjadi dasar penting yang berkaitan dengan aktivitas pariwisata. Komponen-komponen tersebut sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan kegiatan pariwisata. Tiga komponen tersebut diantaranya:

1) Wisatawan (*Tourist*)

Wisatawan merupakan bagian terpenting dari aktivitas kepariwisataan, hal ini karena dengan adanya wisatawan suatu destinasi wisata dapat mengembangkan dan mempertahankan keberadaan sektor pariwisata tersebut, serta hal tersebut berpengaruh terhadap perekonomian bagi daerah pariwisata, atau perekonomian masyarakat sekitar. Wisatawan adalah mereka yang melakukan suatu perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, baik secara individu ataupun secara berkelompok yang bertujuan untuk mencari hiburan atau rekreasi di objek wisata. Beberapa batasan yang mengenai wisatawan antara lain yaitu:

- a. Wisatawan Internasional merupakan seseorang yang melakukan kegiatan pariwisata dari suatu negara asalnya ke negara yang lain, dengan tujuan bukan untuk bekerja ataupun tinggal di negara tujuan.
 - b. Wisatawan Domestik merupakan seorang masyarakat suatu negara yang melakukan perjalanan pariwisata ke tempat lain yang masih negara asalnya. Lama perjalanan wisatawan domestic sekurang-kurangnya 24 jam, dan tidak berencana untuk menetap di daerah tujuan tersebut.
- 2) Elemen geografi.

Wisatawan dapat melakukan perpindahan dari satu tempat ke tempat yang lainnya. Mobilisasi wisatawan pada dasarnya berlangsung pada tiga daerah geografi sebagai berikut:

- a) Daerah Asal Wisatawan (DAW)

Daerah yang menjadi tempat tinggal asal dan tempat wisatawan melakukan rutinitas sehari-hari mereka, seperti melakukaj aktivitas bekerja, bersekolah, tidur, dan kebutuhan yang lainnya. Tempat yang menjadi asal mula seseorang merencanakan sebuah perjalanan wisata dari daerah asal mereka. Wisatawan dapat merencanakan segala bentuk perjalanan, memilih destinasi wisata, menentukan penginapan ataupun fasilitas pariwisata yang lain, serta menentukan waktu keberangkatan.

b) Daerah Transit (DT)

Daerah transit merupakan tempat singgah bagi wisatawan yang melakukan perjalanan menuju daerah tujuan wisata. Sebelum datang ke daerah tujuan wisata, wisatawan terlebih dulu melewati beberapa daerah, artinya daerah untuk transit dapat dikatakan daerah yang penting saat melakukan perjalanan. Wisatawan dapat menikmati layanan serta melakukan berbagai aktivitas di daerah transit. Kerap kali terjadi suatu perjalanan wisata berhenti saat di daerah transit, tidak di daerah yang dituju. Negara yang menjadi daerah transit diantaranya seperti Singapura dan Hong Kong.

c) Daerah Tujuan Wisata

Daerah ini menjadi daerah yang dituju oleh wisatawan, daerah yang telah direncanakan saat wisatawan berada di daerah asal. Alasan mengunjungi daerah tujuan wisata karena di daerah ini terdapat beberapa fasilitas wisata serta memiliki daya tarik. Wisatawan dapat melakukan aktivitas pariwisata yang mana aktivitas tersebut merupakan bukan rutinitas keseharian wisatawan.

3) Industri pariwisata.

Komponen berikutnya terdapat industri pariwisata, komponen industri pariwisata merupakan suatu industri yang bergerak di bidang pariwisata, dimana hasil dari industri tersebut

bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan wisatawan. Beberapa industri pariwisata diantaranya seperti penyediaan barang maupun jasa, daya tarik bagi pariwisata, serta sarana dan prasarana pariwisata. Industri pariwisata adalah suatu bisnis yang terdapat di daerah asal wisatawan seperti jasa biro perjalanan atau agen *travel*, dan lain sebagainya. Industri pariwisata yang terdapat di daerah transit seperti penerbangan dan jasa transportasi lainnya. Akomodasi merupakan suatu industri pariwisata yang dapat ditemukan di daerah tujuan pariwisata. Industri pariwisata yang pada dasarnya terdapat di tiga area geografi tersebut yang dapat membantu kebutuhan wisatawan dalam perjalanan.

c. Syarat-syarat Pariwisata.

Objek wisata perlu memenuhi beberapa syarat untuk pengembangannya agar dapat menarik minat wisatawan datang untuk berkunjung. Terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi pada suatu objek wisata, Menurut Maryani (1991:11) syarat-syarat tersebut adalah:

1) *What to see.*

Suatu objek wisata harus memiliki atraksi, yang mana atraksi tersebut mempunyai perbedaan dengan atraksi yang dimiliki oleh objek wisata lain. Artinya suatu daerah perlu memiliki adanya potensi wisata yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung, serta hal tersebut memiliki daya jual dan dinikmati oleh wisatawan. Atraksi yang menjadi daya tarik wisata diantaranya

seperti pemandangan alam, kegiatan kesenian, atraksi budaya, dan atraksi wisata lainnya.

2) *What to do.*

Suatu objek wisata perlu memiliki fasilitas yang dapat digunakan oleh wisatawan, selain adanya atraksi pengelola juga perlu memperhatikan fasilitas wisata lainnya. Adanya aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan, seperti menyediakannya aktivitas *outbound*, berenang, berswafoto, atau menyediakan fasilitas lainnya. Aktivitas wisata yang beragam dapat berdampak pada minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut, hal ini karena dengan beragamnya aktivitas wisatawan tidak akan merasa jenuh saat mereka berwisata.

3) *What to buy.*

Suatu objek wisata perlu menyediakan berbagai fasilitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, seperti menyediakan makanan dan minuman yang khas, fasilitas berbelanja yang didalamnya terdapat kerajinan tangan yang dibuat oleh masyarakat sekitar, atau souvenir yang dapat menunjukkan ciri khas daerah wisata tersebut. Barang tersebut dapat dijadikan buah tangan yang dibeli wisatawan untuk dibawa pulang.

4) *What to Arrived.*

Suatu objek wisata perlu memiliki aksesibilitas yang baik yang di dalamnya terdapat cara bagaimana wisatawan berkunjung ke daerah tersebut, serta alat transportasi yang dapat digunakan.

5) *What to stay.*

Daerah wisata perlu menyediakan tempat untuk wisatawan beristirahat. Wisatawan dapat menempati suatu tempat untuk sementara waktu selama berlibur di suatu objek wisata tersebut. suatu akomodasi sangat diperlukan untuk wisatawan yang datang dari daerah yang cukup jauh, akomodasi yang diperlukan dapat berbentuk hotel, *home stay*, dan lain sebagainya.

d. Jenis Pariwisata.

Pariwisata bukan hanya berupa satu jenis saja, namun pariwisata memiliki bermacam-macam jenis. Bermacam-macam jenis pariwisata memiliki tujuan guna menumbuhkan motivasi masyarakat untuk melakukan aktivitas wisata. Masyarakat pastinya memiliki tujuan serta memiliki maksud masing-masing untuk memenuhi keinginan menentukan destinasi wisata yang sesuai dengan yang dimaksud oleh wisatawan. Penggolongan jenis-jenis pariwisata dapat memudahkan wisatawan dalam perencanaan dan pengembangan yang cocok dengan tempat serta sesuai dengan apa yang masyarakat butuhkan saat berwisata. Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017:24), pariwisata memiliki beberapa jenis, diantaranya:

- 1) Dilihat dari letak geografis, yang mana aktivitas pariwisata berkembang serta dibedakan menjadi beberapa bagian, diantaranya:
 - a) Pariwisata lokal (*local tourism*), ialah salah satu jenis kepariwisataan yang cakupannya lebih kecil dan terbatas pada daerah-daerah tertentu saja. Misalnya seperti kepariwisataan kota Tasikmalaya, kepariwisataan kota Bandung.
 - b) Pariwisata regional (*regional tourism*), ialah aktivitas pariwisata yang dikembangkan pada suatu daerah tertentu, terdapat pada daerah yang mencakup lingkungan nasional dan dapat pula pada daerah dalam cakupan internasional. Misalnya seperti kepariwisataan Bali, Yogyakarta, dan lain-lain.
 - c) Pariwisata nasional (*national tourism*), ialah salah satu jenis pariwisata yang dikembangkan pada daerah di suatu negara, yang mana wisatawan yang ada tidak hanya masyarakat lokal saja, tapi terdiri dari wisatawan yang datang dari negara lain yang menetap di negara tersebut. Contohnya seperti pariwisata yang terdapat di daerah-daerah dalam wilayah Indonesia.
 - d) Pariwisata regional-internasional, merupakan suatu aktivitas pariwisata yang berkembang di suatu wilayah internasional yang memiliki batas, tetapi pariwisata tersebut melalui batas

dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut. contohnya kepariwisataan ASEAN.

e) Pariwisata internasional (*International tourism*), ialah jenis pariwisata yang aktivitas pariwisatanya dikembangkan dan terdapat di berbagai negara di dunia.

2) Dilihat dari pengaruhnya terhadap neraca pembayaran diantanya:

a) Pariwisata aktif (*in bound tourism*), ialah suatu aktivitas kepariwisataan yang dapat diketahui dengan adanya indikasi masuknya wisatawan dari berbagai negara yang memasuki negara tertentu. Kunjungan wisatawan dari negara lain tentu dapat berpengaruh pada pemasukan devisa suatu negara yang dikunjungi wisatawan, hal ini dapat menguatkan posisi neraca pembayaran negara tersebut.

b) Pariwisata pasif (*out-going tourism*), merupakan aktivitas pariwisata yang dapat diketahui dengan adanya indikasi keluarnya penduduk suatu negara dan melakukan kegiatan pariwisata di negara lain. Aktivitas tersebut juga dapat mempengaruhi pada pemasukan devisa negara, tentunya hal tersebut dapat menjadi sesuatu yang merugikan bagi negara yang ditinggalkan. Penduduk yang memilih untuk berwisata ke negara lain akan menggunakan uang mereka di dalam negara yang dikunjunginya, dengan demikian yang

diuntungkan pada peristiwa ini ialah negara tujuan pariwisata, bukan negara asal mereka.

c) Pariwisata dilihat dari tujuannya terdapat beberapa jenis seperti berikut:

- *Business tourism*, ialah salah satu jenis pariwisata yang mana orang yang mengunjungi daerah wisata melakukan wisata dengan tujuan pekerjaan. Kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan tidak hanya melakukan aktivitas wisata saja, melainkan terdapat aktivitas yang harus dilakukan yang berhubungan dengan pekerjaannya. Contohnya seperti seminar, kongres, atau pertemuan perusahaan, dan lain-lain.
- *Vacational tourism*, ialah suatu jenis pariwisata yang mana pengunjung tersebut merupakan orang-orang yang memiliki waktu luang, dengan memiliki waktu luang tersebut mereka melakukan kegiatan wisata ke suatu daerah. Mereka melakukan perjalanan wisata untuk menghabiskan waktu luang dengan berlibur ataupun untuk mengisi waktu cuti.
- *Educational tourism*, ialah salah satu jenis pariwisata yang mana pengunjungnya merupakan mereka yang memiliki tujuan melakukan suatu perjalanan untuk belajar ataupun mempelajari ilmu pengetahuan. Pengunjung

tersebut seringkali mengunjungi daerah yang didalamnya terdapat suatu pengetahuan, seperti museum, cagar budaya, ataupun yang lainnya. Contohnya seperti darmawisata (*study tour*).

- *Familiarization tourism*, merupakan salah satu jenis kepariwisataan yang bertujuan untuk mengunjungi daerah yang berkaitan dengan pekerjaan pengunjung tersebut. Kegiatan tersebut berupa perjalanan memperkenalkan potensi di suatu daerah.
- *Scientific tourism*, ialah salah satu jenis pariwisata yang memiliki tujuan utama yaitu untuk mendapatkan suatu pengetahuan atau penelitian serta penyelidikan yang berhubungan dengan bidang ilmu pengetahuan.
- *Special Mission tourism*, merupakan salah satu jenis pariwisata yang memiliki pengunjung dengan maksud tertentu. Contohnya seperti perjalanan seorang atlet ke suatu daerah, yang mana atlet tersebut memiliki misi pada bidang olahraga.
- *Hunting tourism*, ialah salah satu jenis pariwisata yang di dalamnya terdapat unsur perburuan hewan. Perburuan ini tentunya bukan pemburuan secara ilegal, melainkan perburuan tersebut telah memiliki izin dari pemerintah

daerah maupun pihak lainnya. Perburuan ini diselenggarakan untuk suatu hiburan bagi wisatawan.

3) Jenis pariwisata dilihat dari jumlah orang yang melakukan aktivitas wisata, diantaranya:

a) *Individual tourism*, ialah jenis pariwisata yang mana pengunjungnya berjumlah satu orang wisatawan ataupun satu keluarga yang melakukan aktivitas wisata bersama.

b) *Family group tourism*, ialah jenis pariwisata yang di dalam kegiatan wisatanya dilakukan oleh serombongan keluarga ataupun mereka yang memiliki ikatan kekeluargaan diantara rombongan tersebut.

c) *Group tourism*, ialah suatu jenis pariwisata yang mana kegiatan pariwisata tersebut dilakukan oleh beberapa orang yang tergabung menjadi satu kumpulan. Gabungan beberapa orang tersebut biasanya telah diorganisir oleh pihak organisasi, biro perjalanan, ataupun oleh sekolah.

4) Jenis pariwisata dilihat dari alat angkut atau transportasi yang digunakan, diantaranya:

a) *Land tourism*, merupakan salah satu jenis pariwisata yang mana kegiatan pariwisatanya dilakukan di daratan. Kegiatan pariwisata dengan menggunakan alat transportasi darat, seperti bus, mobil, motor, serta kereta api.

- b) *Sea tourism*, ialah suatu jenis pariwisata yang mana aktivitas perjalanannya menggunakan transportasi air saat mengunjungi destinasi wisata tersebut.
 - c) *Air tourism* yaitu salah satu jenis pariwisata yang mana pada perjalanannya menggunakan transportasi udara, alat transportasi yang digunakan adalah pesawat.
- 5) Jenis pariwisata dikelompokkan menurut umur:
- a) *Youth tourism*, merupakan salah satu jenis pariwisata yang fokus pengembangannya yaitu untuk menarik minat pengunjung kalangan remaja. Usia remaja seringkali seseorang akan melakukan suatu kegiatan dengan teman sebayanya, diantaranya melakukan kegiatan wisata. Remaja biasanya memilih destinasi wisata dengan biaya yang cenderung lebih murah, hal ini karena pada usia tersebut rata-rata mereka masih berstatus sebagai pelajar..
 - b) *Abdult tourism*, merupakan jenis pariwisata yang mana pengunjungnya terdiri dari pengunjung yang memiliki umur lanjut usia. Pengunjung yang melakukan kegiatan pariwisata ini rata-rata pengunjung yang telah pensiun.
- 6) Jenis pariwisata menurut jenis kelamin:
- a) *Masculine tourism*, ialah salah satu jenis pariwisata yang jenis aktivitas pariwisatanya cenderung diminati oleh kaum laki-laki. Peserta yang mengikuti kegiatan wisata ini umumnya

diikuti oleh kaum laki-laki saja. Kegiatan yang dapat dilakukan pada jenis pariwisata ini diantaranya, melakukan safari, berburu, kegiatan yang berhubungan dengan petualangan, dan lain sebagainya.

b) *Feminime tourism*, merupakan salah satu jenis pariwisata yang kegiatan pariwisatanya dilakukan oleh kaum wanita saja. Kegiatan tersebut dapat berupa menyajikan berbagai kesenian, membuat kerajinan tangan, dan lain sebagainya.

7) Jenis pariwisata dilihat menurut harga dan tingkat sosial, diantaranya:

a) *Delux tourism*, yaitu salah satu jenis pariwisata yang menyajikan perjalanan wisata dengan menggunakan fasilitas yang mewah. Fasilitas mewah tersebut dapat berupa pelayanan yang sangat baik, alat transportasi, hotel bintang 5, maupun atraksinya. Biaya yang harus dikeluarkan wisatawan untuk kegiatan pariwisatanya terbilang cukup mahal.

b) *Middle class tourism*, merupakan jenis kegiatan pariwisata yang di dalamnya terdapat fasilitas serta pelayanan yang cukup baik. Biaya untuk melakukan wisata terbilang tidak terlalu murah dan tidak terbilang mahal.

c) *Social tourism* yaitu, merupakan suatu jenis pariwisata yang memiliki estimasi biaya yang terjangkau. Aktivitas pariwisata yang mana pengaturannya diperhitungkan dengan biaya

sekecil mungkin, wisatawan akan mendapatkan fasilitas yang cukup memadai saat melakukan wisata.

g. Manajemen Pariwisata.

Menurut Zaenuri (2012:59 – 69), dalam manajemen pariwisata mencakup unsur-unsur perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pelaporan serta evaluasi. Sesuai dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang terdapat pada pasal 7 disebutkan bahwasanya mengelola kepariwisataan melibatkan 4 aspek yaitu industri pariwisata, destinasi wisata, pemasaran serta kelembagaan pariwisata. Industri pariwisata berhubungan dengan produk serta jasa yang dihasilkan oleh pengelola dan penyedia wisata sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan pengunjung, destinasi wisata memfokuskan pada objek dan daya tarik wisata yang menjadi tujuan wisata, pemasaran berhubungan dengan bagaimana pengelola menawarkan serta memperkenalkan objek hingga daya tarik wisata kepada orang-orang, serta kelembagaan pariwisata memiliki kaitan dengan suatu organisasi yang dapat mendukung kepariwisataan meliputi keterlibatan pemerintah dan masyarakat.

1) Industri Pariwisata

Industri pariwisata menyediakan segala bentuk produk pariwisata, selalu berkaitan dengan konsumen, permintaan, dan penawaran. Memiliki konsumen yang merupakan pengunjung, kebutuhan serta permintaan wisatawan merupakan suatu hal yang

harus dipenuhi oleh produsen. Produsen pada industri pariwisata ditangani oleh beberapa lembaga, baik lembaga pemerintah, pihak swasta, ataupun perorangan. Industri ini memiliki peran yang penting untuk pengembangan pariwisata.

Industri pariwisata dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu sebagai pihak pelaku langsung dan pihak pelaku tidak langsung. Disebut sebagai pelaku langsung jika produk yang dihasilkan secara langsung dibutuhkan wisatawan pada saat kegiatan wisata. Contoh produk dari pelaku langsung diantaranya: biro perjalanan, hotel, restoran, menyediakan atraksi wisata, dan lain-lain. Disebut sebagai pelaku tidak langsung manakala produk yang dihasilkan tidak langsung dibutuhkan oleh wisatawan, tetapi produknya bertujuan untuk mendukung kegiatan pariwisata. Contoh produk dari pihak tidak langsung adalah: pembuat souvenir, penjual oleh-oleh, pengusaha kerajinan, dan sebagainya.

2) Destinasi Pariwisata

Menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 2010 disebut dengan Istilah Destinasi Wisata (DW), dikelompokkan menjadi destinasi wisata alam, destinasi wisata budaya dan destinasi wisata buatan. Wisata alam merupakan suatu objek dan daya tarik wisatanya yaitu keindahan serta keanekaragaman alam yang dapat membedakan dengan tempat lain sebagai sebagai dari perubahan alam. Suatu wisata alam tergantung oleh manusia yang mengelola tempat

tersebut, serta bagaimana cara untuk memberi pelayanan bagi wisatawan. Wisata alam dapat berbenruk iklim, flora dan fauna, keragaman bentuk alam, karakter khas lingkungan, keindahan alam, taman dan kawasan konservasi, dan lain sebagainya. Wisata budaya merupakan suatu destinasi yang di dalamnya terdapat daya tarik budaya, daya tarik budaya merupakan suatu hal yang dihasilkan dari budi dan daya manusia yang menjadi ciri khas suatu bangsa. Daya tarik dapat berupa peninggalan suatu budaya pada masa lalu yang tidak dapat ditemui di sembarang tempat. Daya tarik budaya dapat berbentuk bangunan arsitektur, benda budaya, benda peninggalan yang memiliki sejarah, suatu tradisi, kesenian, upacara keagamaan, adat istiadat, yang diwariskan secara turun temurun.

Daya tarik buatan merupakan suatu wisata hasil dari inovasi juga kreasi manusia yang berbeda dengan dengan tempat lain. Contoh bentuk daya tarik wisata buatan antara lain sebagai berikut: wisata kota, taman, fasilitas olahraga, taman hiburan, *waterboom*, dan sebagainya. Ada pula satu bentuk daya tarik wisata yang dapat disebut dengan wisata minat khusus. Sesuai dengan istilahnya wisata ini memerlukan syarat tertentu, tidak semua orang tertarik ataupun bisa melakukan wisata minat khusus ini. Wisata minat khusus biasanya berupa sebuah petualangan (*adventure*) dan menguji keberanian dari pengunjung. Contoh yang menjadi daya

tarik minat khusus ini antara lain: arung jeram, menyusur sungai bawah tanah, mendaki gunung, dan sebagainya.

3) Pemasaran Pariwisata

Pemasaran selalu berhubungan dengan istilah 4P yaitu, *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi). Promosi menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan suatu destinasi wisata kepada semua orang, promosi merupakan bagian terpenting dari pemasaran. Produk merupakan sesuatu yang dapat dijual, sebuah produk tidak hanya dilihat dari bentuknya tapi dilihat dari segi bagaimana produk tersebut berbeda atau dapat menjadi lebih baik dari produk lain yang dimiliki pesaing. Istilah pelayanan dalam pemasaran dapat diartikan sebagai “produk” meskipun bentuknya tidak berwujud dalam kata lain abstrak hanya dapat dirasakan. Produk pada industri pariwisata dapat berbentuk kombinasi berbagai pelayanan, produk yang berbeda, yang sering diartikan sebagai “pengalaman” (*experience*).

Harga produk diarahkan dengan harga yang sesuai dengan produk, didalamnya telah tercantum unsur-unsur selain harga produk seperti, pajak, komisi, maupun potongan (*discount*). Promosi juga dapat berupa pesan ataupun suatu alat yang digunakan untuk mensosialisasikan atau menawarkan kepada pasar mengenai produk yang akan dijual. Contoh bentuk promosi dapat

dilakukan dengan cara membuat iklan pada brosur, TV, radio, kehumasan (*public relation*) atau sebagainya.

Pasar memiliki banyak makna, tetapi dalam hubungannya dengan proses aktivitas promosi, pasar memiliki arti sebagai pembeli yang sesungguhnya atau *actual buyers*, serta pembeli potensial atau *potential buyers* dari produk yang ditawarkan. Pasar menurut Zaenuri (2012, 59 – 69) dibagi menjadi 3 jenis pemasaran, diantarnya: pemasaran masal (*mass marketing*), yang dapat diartikan produsen membuat produk-produk serupa dalam jumlah banyak, kemudian produk tersebut dijual secara serentak, lalu dipromosikan kepada seluruh masyarakat. Alasan dilakukannya pemasaran masal ialah suatu upaya untuk menekan harga dari produksi pada tingkat terendah, karena harga jual yang lebih murah dapat menghasilkan pasar potensial besar.

Pemasaran Variasi Produk, pada pemasaran ini produsen memproduksi dua ataupun lebih produk yang bermacam-macam, berbagai bentuk, berbagai ukuran, dan lain sebagainya. Produk dirangkai untuk promosikan pada konsumen yang berbeda, namun tidak bertujuan pada satu komponen khusus. Alasan dilakukannya pemasaran variasi produk adalah bahwasannya konsumen memiliki selera yang berbeda satu sama dengan yang lain, selera konsumen bersifat dinamis dari waktu ke waktu.

Pemasaran Terarah istilah lain yaitu target marketing, pada pemasaran ini produsen melakukan identifikasi terhadap komponen-komponen pasar, melakukan seleksi pemilihan satu komponen atau lebih, lalu mengembangkan berbagai produk serta menentukan bentuk pemasaran yang sesuai dengan komponen pasar yang telah dipilih.

4) Kelembagaan

Suatu lembaga memiliki peran penting dalam pengelolaan sektor pariwisata, dalam sektor pariwisata kelembagaan perlu dikembangkan untuk menyelesaikan berbagai masalah perubahan internal maupun perubahan eksternal. Perubahan internal dapat berupa: volume kegiatan masyarakat yang banyak, perluasan wilayah, perubahan perilaku wisatawan dan lain sebagainya. Perubahan eksternal dapat terjadi karena beberapa faktor, contohnya terdapat peraturan baru, adanya perubahan kebijakan suatu organisasi kepariwisataan, perubahan minat masyarakat, akibat globalisasi dan lain-lain.

Terdapat permasalahan-permasalahan yang hanya dapat diatur dan diselesaikan oleh kebijakan negara, contohnya seperti hal-hal yang berkaitan dengan keamanan, transportasi, ataupun keimigrasian dan lain sebagainya. Pengembangan pariwisata dapat berlangsung secara berkelanjutan serta mendapatkan hasil yang optimal, hal ini dapat dilakukan dengan cara pemerintah otoritas

sebagai pembuat kebijakan perlu mengatur strategi yang tepat dengan dilakukan bersama.

Pelaksanaan kebijakan pemerintah akan lebih lancar manakala di tingkat daerah difokuskan pada penguatan organisasi kepariwisataan dengan cara membentuk suatu organisasi-organisasi pariwisata daerah yang berfungsi sebagai organisasi yang menangani segala permasalahan pariwisata di daerah. Penguatan dan penguatan disetiap lembaga pariwisata lokal perlu ditinjau dalam penataan dan perencanaan pariwisata.

Selain lembaga yang bersifat formal kepariwisataan yang telah berkembang, saat ini hadir beberapa lembaga kepariwisataan yang dikembangkan oleh suatu masyarakat ataupun kelompok profesi pariwisata. Beberapa lembaga yang telah dikembangkan diantaranya: terbentuknya desa wisata, terbentuknya kelompok penyuka pariwisata, serta kelompok sadar wisata dan lain sebagainya. Hadirnya lembaga-lembaga pariwisata sangat penting dalam pertumbuhan serta perkembangan pariwisata daerah, hal ini menunjukkan bahwa saat ini telah terbentuk perkembangan gagasan yang memotivasi terjadinya segala perubahan pada kelembagaan pariwisata.

4. Sapta Pesona

Menurut Hamzah dan Utomo (2016), adapun yang termasuk ke dalam komponen sapta pesona pariwisata diantaranya:

1. Indah. Yaitu keindahan yang dimiliki oleh destinasi wisata, yang mana keindahan pada suatu daerah dapat berpotensi menjadi daya tarik wisata. Keindahan pada suatu daerah wisata dapat berupa keindahan alam, kondisi alam yang tidak terdapat di daerah lain, bentuk ataupun arsitektur pada bangunan, dan lain sebagainya, penataan yang baik di suatu objek wisata, dan lain sebagainya.
2. Aman. Merupakan suatu jaminan keamanan dan kenyamanan pengunjung saat berwisata. Keamanan dan kenyamanan dapat berbentuk berupa fasilitas dan kegiatan pariwisata yang telah sesuai dengan standar operasional, penjaga atau pemandu di objek wisata tersebut, terdapat fasilitas pengamanan yang mendukung seperti tersedianya CCTV di berbagai sudut, dan lain sebagainya.
3. Tertib, yang dimaksud tertib yaitu terdapat sarana dan prasarana yang dikelola dengan baik, seperti terdapat tanda larangan jika terdapat sesuatu yang berbahaya, tata letak yang teratur, rambu-rambu petunjuk yang jelas dan dapat dipahami oleh pengunjung.
4. Bersih. Yaitu berupa kondisi nyata lingkungan dan ketersediaan fasilitas sarana dan prasarana objek wisata yang dengan keadaan bersih dan berkualitas akan dapat memberikan kenyamanan bagi wisatawan untuk menggunakan fasilitas yang tersedia.
5. Sejuk. Yaitu berupa suasana serta atmosfer lingkungan yang bisa dinikmati oleh wisatawan selama berkunjung, sehingga mereka lebih nyaman berada di kawasan wisata.

6. Ramah. Yaitu berupa sikap dan perilaku dari sumberdaya manusia sebagai pengelola suatu objek wisata dalam memberikan suatu pelayanan (*service*), pelayanan yang baik dapat memberi kepuasan pengunjung saat melakukan kegiatan wisata.
7. Kenangan. Yaitu berupa salah satu benda yang dapat menjadi pengingat pengunjung, dapat berupa souvenir ataupun kerajinan tangan yang dibawa pulang oleh wisatawan ke daerahnya. Souvenir tersebut dikemas dengan kemasan yang menarik dan mudah untuk dibawa pengunjung seperti: kaos, kain batik, topi, magnet, dan lain sebagainya.

Dari beberapa teori di atas, teori yang digunakan pada variabel dan indikator pada penelitian ini adalah teori perkembangan wisata menurut Yoeti (1985:11), teori strategi pengembangan objek wisata menurut Kanom (2015), teori pariwisata menurut Maryani (1991:11), serta teori sapta pesona menurut Hamzah dan Utomo (2006).

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian kawasan objek wisata Batu Mahpar telah dilakukan oleh Maulana Deriansyah pada tahun 2018 dengan judul “Daya Tarik Kawasan Wisata Batu Mahpar Sebagai Objek Wisata Alam di Desa Sukamulih Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya”, Salma Zahira Hanani (2021) “Identifikasi Potensi Budaya Kawasan Batu Ampar Untuk Mendukung Perwujudan *Geopark* Galunggung di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya”.

Perbedaan penelitian yang telah dilakukan oleh Maulana Deriansyah pada tahun 2018 dengan judul “Daya Tarik Kawasan Wisata Batu Mahpar Sebagai Objek Wisata Alam di Desa Sukamulih Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya”, yaitu pada dasarnya penelitian mengkaji daya tarik kawasan objek wisata, sedangkan penelitian yang dilakukan mengkaji strategi pengembangan. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Salma Zahira Hanani (2021) “Identifikasi Potensi Budaya Kawasan Batu Ampar Untuk Mendukung Perwujudan *Geopark* Galunggung di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya”, adalah memiliki perbedaan fokus penelitian dan metode penelitian.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Maulana Deriansyah pada tahun 2018 dengan judul “Daya Tarik Kawasan Wisata Batu Mahpar Sebagai Objek Wisata Alam di Desa Sukamulih Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya”, dan Salma Zahira Hanani (2021) “Identifikasi Potensi Budaya Kawasan Batu Ampar Untuk Mendukung Perwujudan *Geopark* Galunggung di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya”, dengan penelitian yang dilakukan adalah lokasi penelitian yang sama.

Berdasarkan pernyataan tersebut perbandingan dapat di lihat pada tabel sebagai berikut ini:

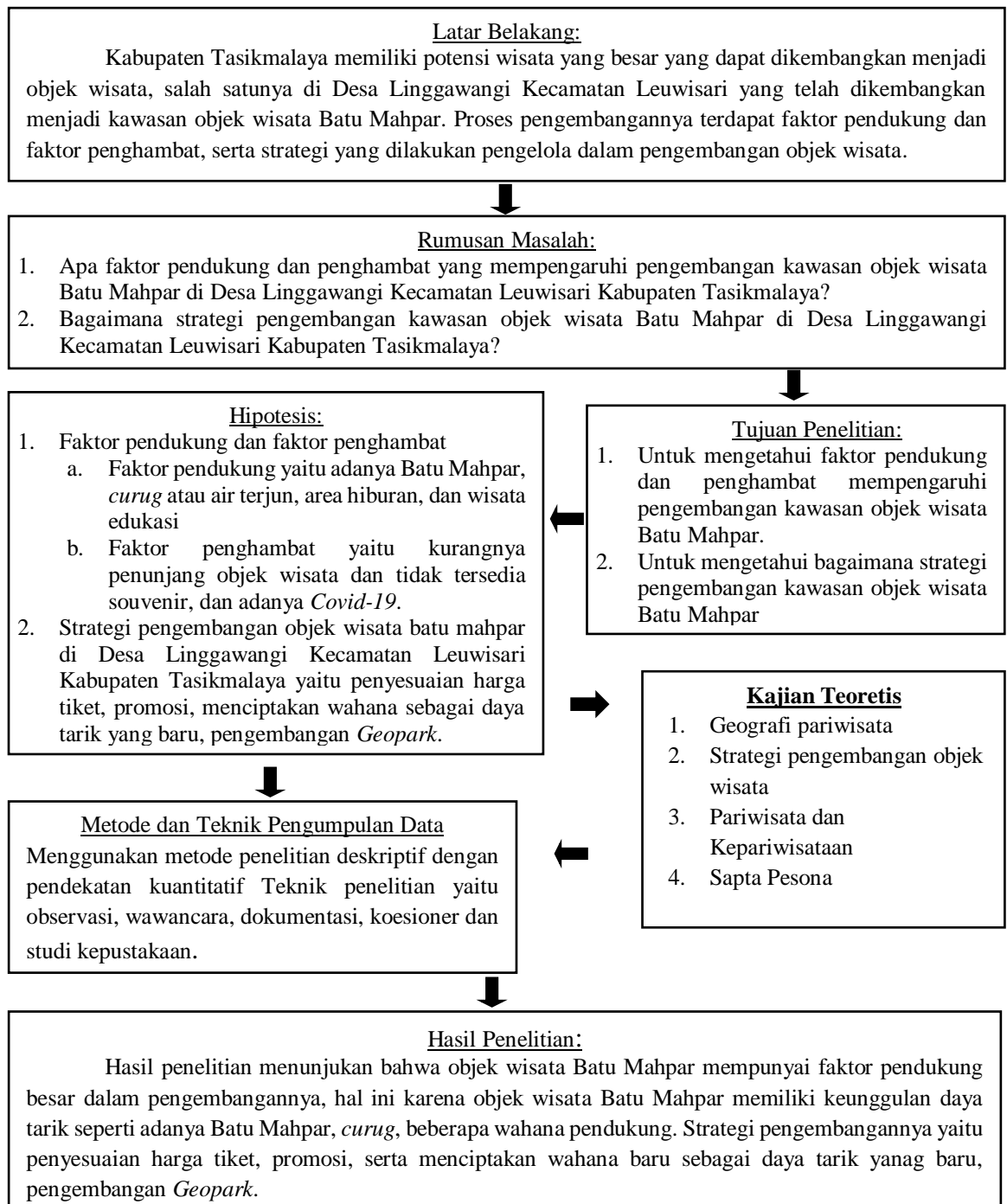
Tabel 2.1
Perbandingan Penelitian

No	Aspek	Penelitian relevan	Penelitian relevan	Penelitian yang dilakukan
		Maulana Deriansyah (2018)	Salma Zahira Hanani (2021)	Fega Fazkia Maulani Minwari (2022)
1.	Judul	Daya Tarik Kawasan Batu Mahpar Sebagai Objek Wisata Alam di Desa Sukamulih Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya.	Identifikasi Potensi Budaya Kawasan Batu Ampar Untuk Mendukung Perwujudan <i>Geopark</i> Galunggung di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya	Strategi Pengembangan Kawasan Objek Wisata Alam Batu Mahpar di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya
2.	Rumusan masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor apakah yang menjadi daya tarik objek wisata batu mahpar di desa sukamulih kecamatan sariwangi kabupaten tasikmalaya? 2. Bagaimanakah pengembangan objek wisata batu mahpar di desa sukamulih kecamatan sariwangi kabupaten tasikmalaya? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi keragaman budaya berwujud apa saja yang terdapat di kawasan Batu Ampar untuk mendukung pewujudan <i>Geopark</i> Galunggung di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya? 2. Potensi keragaman budaya tidak berwujud apa saja yang terdapat di kawasan Batu Ampar untuk mendukung pewujudan <i>Geopark</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi pengembangan kawasan objek wisata Batu Mahpar di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya? 2. Bagaimana strategi pengembangan kawasan objek wisata Batu Mahpar di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya?

			Galunggung di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya?	
3.	Metode Penelitian	Kuantitatif	Kualitatif	Kuantitatif

Sumber: Hasil Penelitian Tahun 2022

C. Kerangka Penelitian



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

D. Hipotesis

Menurut Nasution, (2004:39) hipotesis merupakan suatu pernyataan sementara yang berupa sebuah dugaan atau perkiraan tentang apa saja sesuatu yang kita amati sebagai salah satu cara untuk memahaminya. Hipotesis adalah sebuah perkiraan tentang jawaban dari permasalahan yang sedang bahkan akan diteliti. Beberapa hipotesis yang berhubungan dengan masalah penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat yang mempengaruhi pengembangan objek wisata Batu Mahpar di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya.
 - a. Faktor pendukung yang mempengaruhi pengembangan kawasan objek wisata Batu Mahpar di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya yaitu terdapat daya tarik yang diunggulkan yaitu Batu Mahpar dan *curug*/air terjun, serta wahana pendukung diantaranya area hiburan, dan wisata edukasi.
 - b. Faktor penghambat yang mempengaruhi pengembangan kawasan objek wisata Batu Mahpar di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya adalah kurangnya penunjang objek wisata, tidak tersedia souvenir, pandemi *Covid-19*.
2. Terdapat beberapa strategi yang dilakukan pengelola kawasan objek wisata Batu Mahpar untuk mengatasi masalah tersebut, diantaranya penyesuaian harga tiket masuk objek wisata, promosi, menciptakan wahana baru sebagai daya tarik wisata baru, pengembangan *Geopark*.