

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

2.1 Kajian Teori

1. Pengertian Geografi Pariwisata

Menurut Heru Pramono (2012:2) adalah Geografi pariwisata adalah sebuah studi terapan konsep geografis, teori dan pendekatan aspek pariwisata di wilayah permukaan bumi (Heru Pramono, 2012:2). Geografi pariwisata adalah cabang dari bidang ilmu geografi yang mengkaji berbagai hal yang berkaitan dengan aktivitas perjalanan wisata, aktivitas dan berbagai fasilitas wisata, dan aspek lain yang mendukung kegiatan pariwisata di suatu daerah tertentu (M. Liga Suryadana, 2009).

Dalam kajian lebih lanjut, geografi pariwisata menekankan pada integrasi fisik dan manusia, sehingga menciptakan daya tarik yang atraktif, menyegarkan, imajinatif dan religius. Oleh karena itu, kandungan karakteristik penelitian wisata-geografis adalah tempat, lokasi, situasi objek atau dengan area lain. ini menggambarkan kekhasan studi geografi.

2. Pengertian Pariwisata

Pariwisata diambil dari bahasa sansekerta yang berarti “pari” yang artinya sempurna, lengkap, dan tertinggi, sedangkan “wisata” artinya perjalanan, sehingga pariwisata juga bisa diartikan perjalanan yang dilakukan dengan cara berkeliling (Oka. A Yoeti, 1982: 103). Pariwisata yaitu suatu perubahan tempat tinggal bukan hanya untuk bekerja melainkan juga untuk berlibur yang bertujuan untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat yang ingin mengetahui sesuatu. Selain itu, pariwisata berhubungan dengan kegiatan olahraga untuk kesehatan, konversi, keagamaan, dan keperluan usaha lainnya.

Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dari pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang di sediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Secara umum pariwisata dari rangkaian kegiatan dalam sistem perwilayahan dapat diidentifikasi tiga unsur pembentukan terjadinya kegiatan wisata yaitu :

- a. Ruang, adalah tempat yang digunakan untuk kegiatan pariwisata berlangsung.
- b. Manusia, sebagai pelaku kegiatan wisata tersebut.
- c. Sarana dan prasarana merupakan faktor penunjang yang menghubungkan tempat asal wisatawan dan tujuan wisatanya.

Pariwisata mencakup tiga elemen utama, yaitu :

- a. *A dynamic element*, yaitu travel atau perjalanan ke suatu destinasi wisata.
- b. *Astatic element*, yaitu singgah di daerah tujuan.
- c. *A consequential element*, akibat dari dua hal di atas terkhusus terhadap masyarakat lokal yang meliputi dampak ekonomi, sosial, dan fisik dari adanya kontak dengan wisatawan. (Widyastuti, 2022)

3. Ruang Lingkup Pariwisata

Pariwisata adalah kegiatan dimana orang melakukan perjalanan untuk bersantai, bisnis atau tujuan lain dan berada jauh dari lingkungan biasanya selama kurang dari satu tahun berturut-turut. (Muljadi,2012). Pariwisata adalah rangkaian kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintahan daerah (Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009).

Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain dan bersifat peralihan, yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menemukan keseimbangan dan keselarasan dalam dimensi sosial-budaya dan ilmiah. Pariwisata adalah ilmu atau seni dan bisnis yang dapat menarik dan mengumpulkan pengunjung, termasuk berbagai akomodasi dan layanan makanan yang dibutuhkan dan dinikmati pengunjung. Pariwisata adalah sekumpulan kegiatan yang berkaitan dengan perpindahan orang yang melakukan perjalanan atau singgah sementara dari tempat satu ke

tempat yang lain, didorong oleh berbagai kebutuhan. Pariwisata ini merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian yang harus mendapat perhatian khusus dari pihak berwenang agar berkembang dan maju dengan baik.

a. Sumber Daya Alam

Menurut Damanik dan Weber (2006:2) dalam Gde Pitana (2009:70), sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi wisata alam antara lain topografi, keanekaragaman flora dan fauna, satwa liar, vegetasi alami, ekosistem yang masih asli, olahraga air, wisata air, artefak megalitik, suhu, kelembaban yang nyaman, curah hujan, normal, dll. Semetara itu, Fenelon (1999:68) dalam Gde Pitana (2009:70) sumber daya alam yang dapat dikembangkan sebagai sumber daya pariwisata diantaranya letak geografis, iklim, dan cuaca, topografi, dan tanah, material permukaan, air, vegetasi, dan fauna.

b. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan komponen yang dapat mendukung dan menentukan perkembangan pariwisata, memberikan gambaran tentang berbagai peluang karir di industri pariwisata yang memanfaatkan dan mengelola sumber daya manusia seperti transportasi, akomodasi, kuliner, belanja, perjalanan, dan lain-lain (Setiawan, 2016: 24).

c. Sumber Daya Budaya

Karakteristik dan keunikan budaya yang signifikan, sumber daya budaya juga memainkan peran penting dalam pengembangan pariwisata dan menjadi faktor utama yang menarik wisatawan ke pariwisata. Industri pariwisata mengakui peran budaya sebagai faktor penarik dengan mempromosikan kekhususan budaya tujuan wisata. Bagi wisatawan, tujuan wisata budaya dilakukan untuk mengalami, memahami, dan menghargai alam, kekayaan alam, dan keragaman budaya destinasi serta berinteraksi langsung dengan masyarakat setempat. Sumberdaya budaya yang dapat dikembangkan menjadi

destinasi wisata antara lain bangunan bersejarah, situs monumen, dll. Kehidupan masyarakat lokal, perjalanan dengan alat tradisional dan masakan lokal (Nugroho, 2015).

d. Sumber Daya Wisata Khusus

Sumber daya wisata sangat menarik ini sedang menjadi tren dalam pengembangan pariwisata, karena pada wisatawan masa depan sudah menginginkan pariwisata yang tepat sasaran dan disesuaikan dengan kebutuhan spesifik wisatawan. Sumber daya wisata khusus digunakan sebagai tujuan wisata dapat diklasifikasikan menjadi petualangan aktif, alam dan satwa liar, romansa, keluarga, petualangan ringan, sejarah dan hobi (Riza Amelia, 2014).

4. Bentuk-bentuk Pariwisata

a. Menurut Asal Wisatawan

Perlu diingat bahwa asal musafir ini adalah apakah mereka domestik atau asing. Apabila wisatawan tersebut adalah wisatawan domestik, berarti dalam perjalanannya wisatawan tersebut hanya berpindah semester di wilayah negaranya sendiri, inilah yang disebut dengan wisata domestik. Sebaliknya, jika turis datang dari luar negeri (Yoeti, 2016).

b. Sesuai dengan Neraca Pembayaran

Kedatangan wisatawan dari luar negeri membawa mata asing. Aliran mata uang ini berpengaruh positif terhadap neraca pembayaran luar negeri negara yang dikunjungi, oleh karena itu wisata ini disebut wisata aktif. Ketika kepergian warga negara ke luar negeri berdampak negatif pada gambaran pembayaran luar negeri tersebut, hal ini disebut sebagai pariwisata pasif (Yoeti, 2016).

c. Menurut Jangka Waktu

Kedatangan seorang turis ke suatu tempat atau negara juga di hitung berdasarkan berapa lama dia tinggal di tempat atau negara tersebut. Hal ini menimbulkan istilah “pariwisata jangka pendek” dan

“pariwisata jangka panjang” yang menurut peraturan masing-masing jangka pendek dan jangka panjang (Yoeti, 2016).

d. Menurut Jumlah Wisatawan

Selisih dihitung dari jumlah wisatawan yang datang, baik wisatawan itu datang sendiri maupun rombongan (Yoeti, 2016).

e. Tergantung pada Moda Transportasi

Mengenai penggunaan transportasi oleh wisatawan, kategori ini dapat dibagi menjadi perjalanan udara, perjalanan laut, dan perjalanan darat. Ini tergantung apakah wisatawan datang dengan pesawat, kapal, kereta api, ataupun mobil (Yoeti, 2016).

3. Syarat-syarat Pariwisata

Menurut Mariotti dan Yoeti (2013:28) dalam syarat-syarat pariwisata diantaranya adalah :

a. *What to see*

Tempat-tempat tersebut harus memiliki daya tarik wisata dan daya tarik daerah lain, sehingga daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan daya tarik budaya yang dapat dijadikan hiburan bagi wisatawan. *What to see* meliputi pemandangan alam, aktivitas, seni, dan rekreasi.

b. *What to do*

Tempat wisata harus memberikan kesempatan rekreasi yang membuat wisatawan nyaman untuk tinggal lama di tempat wisata tersebut.

c. *What to buy*

Destinasi wisata harus memiliki peluang berbelanja terutama oleh-oleh dan kerajinan untuk wisatawan sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asalnya.

d. *What to arrived*

Aksesibilitas bagaimana kita mengunjungi objek wisata tersebut dan kendaraan apa yang digunakan dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.

e. *What to stay*

Bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama liburan dan ditempat tujuan wisatawan dibutuhkan penginapan atau hotel.

4. **Komponen Pariwisata**

Menurut Iskandar (2017:14) dalam buku dasar-dasar kepariwisataan dan pengelolaan destinasi pariwisata dikenal dengan adanya konsep 4A. Buhalis (2000:98) menyajikan teori lain bahwa komponen pengembangan pariwisata terdiri dari 6A yaitu atraksi, fasilitas, aksesibilitas, pelayanan tambahan sebagai berikut:

a. *Attraction* (Atraksi)

Atraksi adalah faktor penting dalam menarik wisatawan, termasuk atraksi alam, budaya, dan buatan manusia.

b. *Amenity* (fasilitas)

Amenitas adalah segala jenis sarana dan prasarana yang diperlukan di daerah tujuan wisata dan ditujukan untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan seperti akomodasi, rumah makan, transportasi, dan biro perjalanan.

c. *Accsesibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas pariwisata merupakan dasar yang memungkinkan wisatawan agar dengan mudah mengakses tempat-tempat wisata seperti jalur wisata, tempat wisata, bandara, stasiun kereta api, dan transportasi lokal.

d. *Ancilliary* (pelayanan tambahan)

Ancilliary adalah tersedianya fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan seperti bank, telekomunikasi, kantor pos, rumah sakit, dan lain-lain.

5. **Wisatawan**

Menurut Pitana (2009:35) kata wisatawan mengacu pada orang. umumnya wisatawan menjadi bagian dari wisatawan atau penunjang. Untuk disebut turis, seseorang harus menjadi *traveller* atau pengunjung.

Seorang pengunjung adalah *traveller*, tetapi tidak semua *traveller* adalah wisatawan. *Traveller* memiliki konsep yang lebih luas yang dapat merujuk pada orang-orang dengan peran berbeda dalam masyarakat yang menjalani rutinitas mereka untuk bekerja, sekolah, dan aktivitas sehari-hari. Golongan orang-orang ini sama sekali tidak bisa disebut turis.

6. Potensi Wisata

Menurut Marrioti (2002) potensi wisata adalah segala sesuatu yang dapat ditemukan di suatu tempat merupakan daya tarik. Potensi wisata berarti sesuatu yang dapat dikembangkan menjadi wisata. Potensi wisata terbagi tiga jenis yaitu potensi alam, potensi budaya, dan potensi manusia. Potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu daerah atau tempat telah berkembang menjadi daya tarik wisata yang dapat dimanfaatkan secara bijaksana untuk kepentingan ekonomi dan tetap memperhatikan aspek lainnya (Nawang Sari, 2018:32).

7. Konsep Strategi dalam Pengembangan Pariwisata

Menurut Kodhyat (2014:28) pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, semertara, dilakukan secara individu atau kelompok sebagai upaya untuk menemukan keseimbangan dan kesesuaian dengan lingkungan dalam konteks sosial budaya, dan alam.

Sebagai pihak dan instansi yang bertanggung jawab dibidang pariwisata, dalam hal ini memiliki dua divisi yaitu destinasi wisata dan promosi pemasaran pariwisata. Dimana dua bagian saling keterkaitan. kegiatan pemasaran dan promosi pariwisata diselenggarakan dengan festival budaya dan *event* pariwisata lainnya. promosi dapat berupa brosur dan melalui media sosial. Dalam pengembangannya pihak penyelenggara menyelenggarakan pelatihan untuk agen pariwisata seperti pemandu wisata. (Amanda et al., 2020)

8. Sapta Pesona

Berdasarkan Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor.5/UM.209/MPPT-89 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona. Sapta Pesona didefinisikan sebagai

kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung kesuatu daerah atau wilayah di negara Indonesia. Sapta Pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan. Sehubungan dengan meningkatnya kinerja pembangunan pariwisata, maka Program Sapta Pesona kemudian disempurnakan dan menjadi jabaran konsep Sadar Wisata sebagaimana tertulis dalam Pedoman

Kelompok Sadar Wisata (2012:12-16). Pada buku pedoman ini, setiap unsur sapta pesona di definisikan sebagai berikut:

a. Aman

Situasi lingkungan di tempat tujuan yang memberikan rasa damai, bebas dari kecemasan dan ketakutan turis.

b. Tertib

Situasi lingkungan dan pelayanan di tempat tujuan wisata juga mencerminkan tingkat disiplin yang tinggi kualitas fisik dan pelayanan yang seragam dan terorganisir dan efisien.

c. Bersih

Kondisi dan kualitas lingkungan produk dan layanan di destinasi wisata mencerminkan suatu keadaan sehat/higienis.

d. Sejuk

Situasi lingkungan di tempat tujuan pariwisata menggambarkan situasi yang sejuk dan rindang yang ditawarkan rasa nyaman dan “rumah” bagi wisatawan.

e. Indah

Situasi lingkungan di tempat tujuan pariwisata menggambarkan situasi yang indah dan menawan yang memberi rasa kagum dan kesan yang mendalam bagi wisatawan.

f. Ramah

Kondisi lingkungan yang bersumber dari sikap masyarakat di destinasi pariwisata yang mencerminkan suasananya akrab, terbuka dan tingkat penerimaan yang tinggi untuk turis.

g. Kenangan

Suatu bentuk pengalaman tak terlupakan di destinasi wisata memberikan kegembiraan dan kenangan indah yang membuat para wisatawan terkesan.

9. Bentang Lahan

Pemandangan ini ada dua aspek penting, yaitu visual sesuatu dan aspek estetika lingkungan. (Zonneveld, 1979 dalam Widiyanto dkk, 2006). Bentang alam adalah ruang permukaan bumi secara keseluruhan fenomenanya yang meliputi: bentang alam, tanah, vegetasi dan karakteristik lain yang dipengaruhi oleh aktivitas manusia. Proses terbentuknya bentang lahan baik bentang alam maupun bentang budaya terdiri dari 3 komponen yakni: komponen lingkungan alam (abiotik maupun biotik), lingkungan sosial (culture), dan suprastruktur yang merupakan entitas di luar komponen lingkungan.

10. Promosi

Menurut Laksana (2019:129) promosi adalah salah satu komunikasi fokus kegiatan pemasaran yang menginformasikan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan inovasi baru agar konsumen lebih tertarik dan selalu mengingat. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan pengelola untuk mempresentasikan keadaan objek wisata Taman Limo sebagai destinasi wisata. Kegiatan promosi yang berkaitan dengan keindahan dan fasilitas destinasi wisata Kota Taman Limo. Pengembangan promosi akan dilakukan melalui media elektronik seperti media sosial, menampilkan keindahan wisata dan desain yang menarik agar dikunjungi wisatawan. Tujuan dari media promosi elektronik ini adalah agar pengelola dapat memberikan informasi yang mudah diakses masyarakat tentang perkembangan destinasi wisata Kota Taman Limo. (Lailatufa et al., 2019)

2.2 Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian yang Relevan

Aspek	Penelitian yang Relevan			Penelitian yang di Lakukan
	Burhan Azhari (2019)	Tri Amriani Amanda (2020)	Ade Irfan (2021)	Dhea Puspita Arum (2022)
Judul	Tinjauan Geografi Pariwisata dalam Pengembangan Desa Wisata Serang di Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga.	Strategi Pengembangan Pariwisata di Kota Pare-pare oleh Dinas Olahraga Pemuda dan Pariwisata Kota Pare-pare.	Strategi Pengembangan Objek Wisata dalam upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi pada Objek Wisata Mantra Kabupaten Sumbawa Barat).	Strategi Pengembangan Objek Wisata Kota Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi.
Rumusan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana keadaan penawaran wisata di Desa Wisata Serang ? 2. Bagaimana keadaan permintaan wisata di Desa Wisata Serang ? 3. Bagaimana 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang di miliki oleh potensi objek wisata Kota Pare-pare ? 2. Bagaimana strategi yang di lakukan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa sajakah kendala yang terjadi dalam peningkatan kunjungan wisatawan di Desa Mantar, Kabupaten Sumbawa Barat? 2. Apa upaya yang dilakukan untuk menghadapi kendala yang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi apa sajakah yang terdapat di objek wisata Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi ? 2. Bagaimana

	<p>a upaya strategi pengembangan pariwisata di Desa Wisata Serang ?</p>	<p>oleh Dinas Olahraga Pemuda dan Pariwisata Kota Parepare ?</p>	<p>terjadi dalam peningkatan kunjungan wisatawan di Desa Mantar, Kabupaten Sumbawa Barat?</p> <p>3. Bagaimanakah strategi yang dilakukan dalam peningkatan kunjungan wisatawan di Desa Mantar, Kabupaten Sumbawa Barat?</p>	<p>strategi pengembangan objek wisata Kota Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi ?</p>
<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Dari keadaan penilaian wisatawan terhadap penawaran yang ada di Desa Wisata Serang, untuk atraksi yang ditawarkan dianggap menarik dan memenuhi keinginan dari wisatawan. Pariwisata di Desa Wisata Serang mempunyai</p>	<p>Terdapat banyak potensi daya tarik wisata di kota Parepare baik alam, budaya sejarah, pendidikan, wisata belanja, dan kuliner. Sebagian besar destinasi wisata buatan dikelola langsung oleh masyarakat setempat pandai melihat peluang usaha dalam</p>	<p>Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :</p> <p>1. Masih banyaknya kendala seperti jalan Wisata Mantar yang masih digunakan oleh warga sekitar di sebabkan belum ada jalan lain selain itu dan masih</p>	

	kekuatan dan peluang yang besar jika bisa lebih memaksimalkan keadaan yang ada serta meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada, kemudian untuk Desa Wisata Serang dalam keadaan kondisi yang sudah benar dan dapat terus melakukan ekspansi 130 atau memperbesar pertumbuhan dan kemajuan pariwisata secara lebih baik dan maksimal.	memanfaatkan kawasan yang ada sebagai destinasi wisata. Dalam kelemahannya masih terdapat minimnya pelatihan terkait pengelolaan kawasan wisata yang berpeluang untuk masyarakat sebagai kelompok SDM peduli wisata oleh DKOP bidang destinasi wisata.	minimnya air bersih. 2.Pemerintah Desa Mantar akan terus berupaya mengatasi dari setiap kendala yang ada seperti, membuat alternative jalan baru dan akan mengoptimalkan air bersih. 3.Pemerintah akan mencoba membuat festival atau konser rutin seperti mendatangkan artis Nasional maupun Lokal.	
--	---	--	---	--

Sumber : Studi literasi, 2022

Berdasarkan Tabel 1 penelitian relevan yang digunakan merupakan skripsi yang disusun oleh Burhan Azhari, Tri Amriani Amanda, dan Tika Febri Widyastusi. Mahasiswa Universitas Negeri Semarang jurusan Geografi lulusan tahun 2019 dengan judul “Tinjauan Geografi Pariwisata Dalam Pengembangan Desa Wisata Serang di Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga”,

mahasiswa Hasanuddin jurusan administrasi Publik lulusan tahun 2020 dengan judul “Strategi Pengembangan Pariwisata di Kota Parepare oleh Dinas Olahraga Pemuda dan Pariwisata Kota Parepare”, dan mahasiswa Universitas Negeri Islam jurusan Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial lulusan 2022 dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat pada Objek Wisata Taman Limo, Desa Jatiwangi, Kecamatan Cikarang Barat, Kabupaten Bekasi”. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Kota Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi” dari judul ketiganya terdapat kalimat yang memiliki kesamaan yaitu pengembangan Objek wisata.

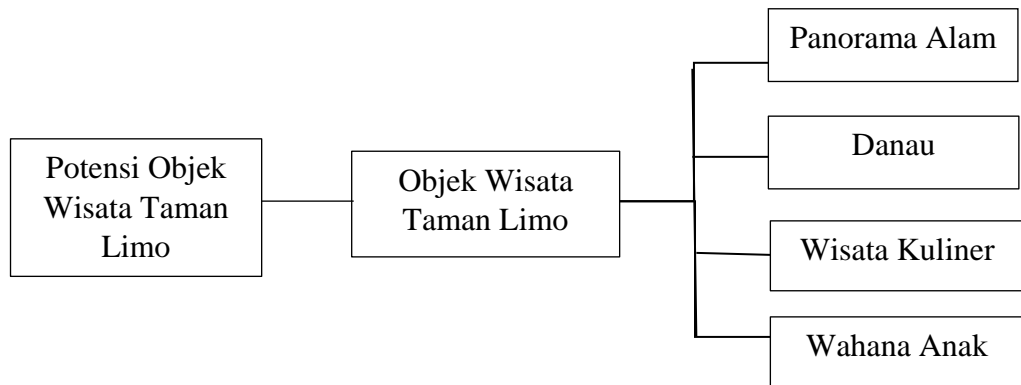
Penelitian yang disusun oleh Burhan Azhari dan Tri Amriani Amanda dengan penelitian ini merupakan penelitian yang mengkaji kajian geografi sosial yang berhubungan dengan pengembangan objek wisata yang memengaruhi pergerakan penduduk suatu daerah.

Perbedaan penelitian Burhan Azhari, Tri Amriani, dan Tika Febri Widyastusi dengan penelitian ini yaitu tempat penelitiannya. Sehingga hasil penelitiannya berbeda pula karena setiap wilayah mempunyai karakteristik tertentu baik masyarakatnya ataupun lingkungannya.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah penelitian ini dengan didukung kajian teoritis dan tinjauan dari penelitian yang relevan, maka secara sistematis kerangka konseptual dalam penelitian ini yaitu:

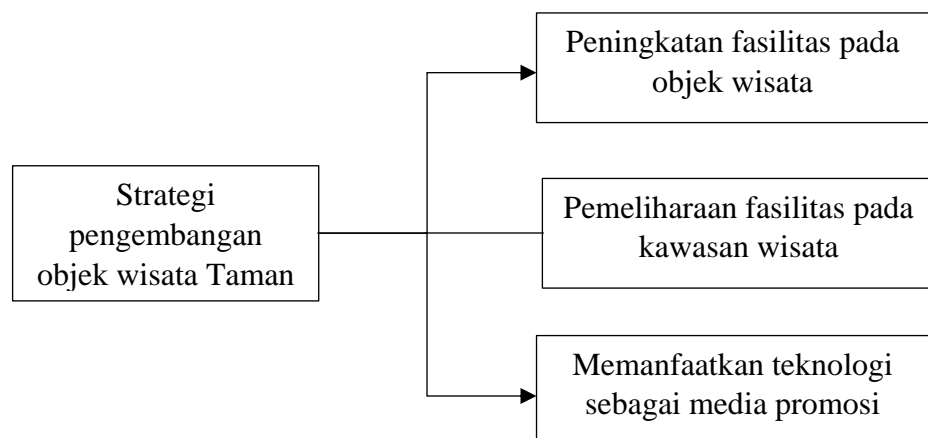
1. Potensi apa sajakah yang terdapat di objek wisata Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual 1

Berdasarkan kerangka konseptual Gambar 2.1 di atas, peneliti akan melakukan peneliti ini yaitu Potensi yang terdapat di objek wisata Taman Limo yang berada di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi yaitu adanya panorama alam, danau, wisata kuliner, dan wahana anak.

2. Bagaimana strategi pengembangan objek wisata Kota Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi ?



Gambar 2.2
Kerangka Konseptual 2

Berdasarkan kerangka konseptual Gambar 2.2 di atas, peneliti akan melakukan peneliti ini yaitu Strategi pengembangan objek wisata Taman Limo yang berada di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat

Kabupaten Bekasi adalah di antaranya peningkatan fasilitas pada objek wisata, pemeliharaan fasilitas pada kawasan wisata dan memanfaatkan teknologi sebagai media promosi.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian menurut (Sugiyono, 2018) hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang kemudian rumusan masalah penelitian tersebut dirumuskan menjadi pertanyaan. Fungsi utama hipotesis adalah untuk memungkinkan kebenaran suatu teori diuji. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah :

- a. Objek wisata kota Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi memiliki potensi *cultural landscape* (bentang lahan) seperti panorama alam, danau, wisata kuliner, dan wahana anak.
- b. Strategi pengembangan wisata kota Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi adalah peningkatan fasilitas, pemeliharaan fasilitas, dan promosi.