

BAB II

LANDASAN TEORETIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Geografi Pariwisata

Menurut Pangestuti dan Supriono (2021:6) geografi pariwisata merupakan cabang ilmu geografi yang mengkaji dan berhubungan erat dengan pariwisata. Banyak kegiatan dalam industri pariwisata termasuk diantaranya perhotelan, restoran, toko cendera mata, transportasi, biro jasa perjalanan, tempat-tempat hiburan, objek wisata, atraksi budaya dan lainnya. Geografi pariwisata merupakan ilmu yang berhubungan dengan industri pariwisata tersebut. Secara umum, geografi pariwisata memiliki peran untuk mengetahui karakteristik sumber daya pariwisata yang ada di setiap wilayah dan memahami aktivitas wisatawan berdasarkan asal dan tempat tujuan wisatanya.

Geografi pariwisata merupakan studi yang menganalisis dan mendeskripsikan berbagai fenomena fisiografis (unsur-unsur lingkungan fisika) dan fenomena sosiogeografis (unsur-unsur lingkungan manusia atau sosial dan budayanya) yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai, menarik untuk dikunjungi sehingga berkembang menjadi destinasi wisata (Arjana, 2016). Esensi geografi ekonomi adalah mengkaji aktivitas ekonomi dalam pendekatan keruangan, termasuk aktivitas pariwisata. Aktivitas manusia melakukan perjalanan usianya sama dengan keberadaan sejarah manusia, karena komunitas manusia selalu berpindah dengan jalan melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain didorong oleh berbagai motivasi. Motivasi melakukan perjalanan untuk menikmati perjalanan dan mendapatkan kesenangan dari perjalanannya itu dikenal sebagai pariwisata. Pariwisata menimbulkan aktivitas ekonomi karena menimbulkan sirkulasi dan distribusi uang, barang dan jasa, sehingga dari aktivitas ini ada konsumen dan ada produsen.

Geografi pariwisata adalah ilmu yang mempelajari tentang perbedaan dan persamaan dari potensi pariwisata yang ada di permukaan bumi yang selalu melihat keterkaitan antara alam dengan alam, manusia dengan alam atau manusia

dengan manusia (Pangestuti dan Supriono, 2021). Geografi pariwisata sangat berkaitan erat dengan pariwisata. Segi-segi umum yang perlu diketahui wisatawan antara lain iklim, flora, fauna, keindahan alam, adat istiadat, budaya, perjalanan darat, laut, udara dan sebagainya. Konsep geografi pariwisata sangat disederhanakan, karena geografi sekadar dianggap sebagai media mendapatkan informasi tentang suatu tempat objek wisata, alat transportasi termasuk informasi tentang kuliner. Konsep yang dibangun ini menempatkan geografi sebagai pemberi informasi suatu tempat atau daerah. Sebenarnya jika dikaji lebih jauh geografi memiliki kompetensi analisis spasial, regional sehingga tidak dipandang sekadar pemberi informasi melalui peta-peta pariwisata (Suwantoro) dalam Suwena (2010).

2.1.2 Pariwisata

Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri atas dua kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata berarti “pergi” atau “bepergian”. Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata “*tour*”, sedangkan untuk pengertian jamak, kata “Kepariwisataan” dapat digunakan kata “*tourisme*” atau “*tourism*” (Yoeti 1996:112).

Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 (selanjutnya disingkat Undang-undang Kepariwisataan) Pasal 1 ayat (3) menyebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Unsur-Unsur pariwisata antara lain :

- a. Unsur Geografis : menyuguhkan keindahan alam ciptaan Allah yang membuat semua turis bersyukur
- b. Unsur Historis : menyuguhkan sisa-sisa peninggalan sejarah yang membuat turis merasakan perjalanan waktu dan dapat mensyukuri kehidupannya
- c. Unsur Kultural : menyuguhkan seni suatu daerah agar turis merasakan bahwa Allah sudah memberikan cipta, rasa dan karsa yang estetis pada manusia

Sedangkan menurut Zaenuri (2012) menjelaskan bahwa pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya.

Mengenai perencanaan dan pengembangan kepariwisataan, perlu dibedakan antara pariwisata dengan jenis pariwisata, karena dapat ditentukan apa saja yang bisa dan perlu mendukung bidang pariwisata, sehingga jenis dan macam pariwisata yang dikembangkan akan dapat berwujud seperti diharapkan dari kepariwisataan itu. Menurut A. Yoeti (1996:120) menyatakan bahwa Jenis-jenis pariwisata diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Pariwisata Menurut Letak Geografis

1) Pariwisata lokal (*Local Tourism*)

Pariwisata lokal adalah pariwisata setempat, yang mempunyai ruang lingkup relatif sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja. Misalnya, kepariwisataan kota Bandung atau kepariwisataan di DKI Jakarta saja.

2) Pariwisata Regional (*Regional Tourism*)

Pariwisata wilayah (*regional tourism*) yaitu kegiatan pariwisata yang berkembang di suatu tempat atau daerah, yang ruang lingkungannya lebih luas bila dibandingkan dengan Pariwisata lokal, tetapi lebih sempit jika di bandingkan “kepariwisataan nasional” (*national tourism*). Contohnya, kepariwisataan provinsi Sumatera Utara, Bali dan lain-lain.

3) Pariwisata Nasional (*National Tourism*)

Kepariwisataan nasional dalam arti sempit yaitu kegiatan pariwisata yang berkembang dalam wilayah suatu negara. Pengertian ini sinonim dengan “pengertian pariwisata dalam negeri” atau *domestic tourism*, dimana titik beratnya orang yang melakukan perjalanan wisata adalah warga negara tersebut Kepariwisataan Nasional dalam arti luas yaitu kegiatan pariwisata yang berkembang dalam wilayah suatu negara, selain kegiatan *domestic tourism* juga dikembangkan “*foreign tourism*”

dimana di dalamnya termasuk “*in bound tourism*” dan “*outgoing tourism*”. Selain adanya lalu lintas wisatawan di dalam negeri sendiri, juga ada lalu lintas wisatawan dari luar negeri, maupun dari dalam negeri ke luar negeri.

Berdasarkan definisi pariwisata menurut letak geografis terbagi menjadi 3, yaitu pariwisata lokal, pariwisata wilayah atau daerah dan pariwisata nasional. Pariwisata lokal mencakup wilayah yang relatif sempit, pariwisata wilayah mencakup wilayah yang relatif luas, sedangkan pariwisata nasional mencakup wilayah yang sangat luas.

b. Pariwisata Menurut Alasan atau Tujuan Perjalanan

Menurut alasan atau tujuan perjalanan terbagi menjadi tiga, yaitu:

1) Wisata Bisnis (*Business Tourism*)

Wisata bisnis (*Business tourism*) yaitu jenis pariwisata yang pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar, dan musyawarah kerja.

2) Pariwisata Pakansi *Vocational tourism*

Pariwisata kejuruan (*Vocation tourism*) yaitu jenis pariwisata dimana orang-orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur, cuti atau pakansi.

3) Pariwisata Pendidikan (*Educational tourism*)

Pariwisata pendidikan (*educational tourism*) yaitu jenis pariwisata dimana pengunjung atau orang melakukan perjalanan untuk tujuan studi atau mempelajari sesuatu bidang ilmu pengetahuan, termasuk ke dalamnya adalah darmawisata (*study-tour*). Berdasarkan definisi pariwisata menurut alasan dan tujuan perjalanan, pariwisata dilakukan dengan alasan dan tujuan, misalnya pariwisata pariwisata bisnis, pariwisata kejuruan dan pariwisata pendidikan.

c. Pariwisata Menurut Objeknya

Jenis pariwisata dimana perjalanan dilakukan karena adanya motivasi untuk melihat daya tarik dari seni budaya suatu tempat. Menurut objeknya terbagi menjadi tujuh, yaitu:

1) Pariwisata Budaya (*Cultural Tourism*)

Pariwisata budaya yaitu jenis pariwisata dimana motivasi orang-orang untuk melakukan perjalanan, disebabkan karena adanya daya tarik dari seni-budaya suatu tempat atau daerah. Jadi objek kunjungannya adalah warisan nenek moyang dan benda-benda kuno, sering perjalanan wisata semacam ini dengan kesempatan untuk mengambil bagian dalam suatu kegiatan kebudayaan itu sendiri di tempat yang dikunjunginya.

2) Pariwisata penyembuhan (*Recuperational Tourism*)

Pariwisata penyembuhan biasanya disebut sebagai pariwisata kesehatan. Tujuan daripada orang-orang untuk melakukan perjalanan adalah untuk menyembuhkan suatu penyakit, seperti mandi di sumber air panas, mandi lumpur seperti yang banyak dijumpai di Eropa atau mandi susu, mandi kopi di Jepang yang katanya dapat membuat orang menjadi awet muda.

3) Pariwisata Perdagangan (*Commercial tourism*)

Wisata perdagangan adalah perjalanan wisata yang dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional atau internasional, dimana sering diadakan kegiatan seperti pameran dan lain-lain.

4) Pariwisata Olahraga (*Sport tourism*)

Pariwisata olahraga adalah perjalanan orang-orang yang bertujuan untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olahraga di suatu tempat atau negara tertentu, seperti Olimpiade dan lain-lain.

5) Pariwisata Politik (*Political tourism*)

Pariwisata politik yaitu suatu perjalanannya yang tujuannya melihat atau menyaksikan suatu peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara, apakah ulang tahun atau peringatan hari tertentu, seperti hari angkatan perang di Indonesia.

6) Pariwisata Sosial (*Social tourism*)

Pariwisata sosial jangan hendaknya diasosiasikan sebagai suatu pariwisata yang berdiri sendiri. Pengertian ini hanya dilihat dari segi

penyelenggaraanya saja yang tidak menekankan untuk mencari keuntungan, seperti misalnya Pariwisata Remaja.

7) Pariwisata Agama (*Religion tourism*)

Pariwisata keagamaan yaitu jenis pariwisata dimana tujuan perjalanan yang dilakukan adalah untuk melihat atau menyaksikan upacara-upacara keagamaan, seperti kunjungan ke Lourdes bagi orang yang beragama Katolik, atau ke Muntilan pusat pengembangan agama Kristen di Jawa Tengah, ikut Haji Umroh bagi orang Islam atau upacara Agama Hindu Bali di Sekenan, Bali.

Berdasarkan definisi pariwisata menurut objeknya dapat disimpulkan bahwa orang-orang melakukan perjalanan wisata dikarenakan ada daya tarik dari peristiwa objek tertentu, misalnya, objek warisan budaya, kegiatan olahraga, peristiwa keagamaan, kegiatan politik dan objek wisata perdagangan.

d. Pariwisata Menurut Saat dan Waktu berkunjung

Pariwisata menurut saat dan waktu berkunjung terbagi menjadi dua, yaitu:

1) Pariwisata Musiman (*Seasonal Tourism*)

Pariwisata musiman yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah *summer tourism* dan *winter tourism*, yang biasanya ditandai dengan kegiatan olahraga.

2) Pariwisata Sese kali (*Occasional Tourism*)

Pariwisata sese kali atau *Occasional tourism* yaitu jenis wisata dimana perjalanan wisatanya dihubungkan dengan kejadian maupun suatu peristiwa, misalnya galungan dan kuningan di Bali. Berdasarkan definisi dari pariwisata menurut saat dan waktu tertentu. Pariwisata dibagi menjadi dua yaitu pariwisata musiman dan pariwisata sese kali, yaitu dimana pada pariwisata musiman perjalanan dilakukan pada saat kejadian tertentu, kemudian pariwisata sese kali dilakukan pada waktu kejadian yang jarang terjadi.

Sapta pesona adalah suatu kondisi yang harus diwujudkan oleh pengelola objek wisata dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Menurut (Peters, M., and Weiermair, K.) dalam Waluyo 2011, bahwa Sapta Pesona dalam kepariwisataan meliputi :

a. Aman

Situasi dan Kondisi yang memberikan suasana rasa aman dan tenteram bagi wisatawan, terbebas dari rasa takut, khawatir, gangguan serta tindakan kekerasan atau kejahatan. Aman selama menggunakan sarana maupun prasarana yang dinikmatinya selama melakukan perjalanan.

b. Tertib

Merupakan suatu kondisi atau keadaan yang mencerminkan suasana tertib dan teratur, serta disiplin dalam semua kehidupan masyarakat.

c. Bersih

Merupakan keadaan atau kondisi yang menampilkan sifat bersih dan sehat, baik lingkungan sarana dan di daerah tujuan kunjungan dalam hal sampah, limbah, pencemaran maupun kotoran lainnya.

d. Sejuk

Suatu kondisi atau keadaan lingkungan yang memberikan suasana segar dan nyaman, yang asri dan tercipta melalui penataan lingkungan pertamanan dan penghijauan pada jalur wisata.

e. Indah

Suatu kondisi atau keadaan yang mencerminkan penataan yang teratur dan serasi, sehingga memancarkan keindahan baik dari sudut tata warna yang serasi dan yang selaras dengan lingkungan sekitarnya, baik dari dalam maupun luar serta mewujudkan ciri dan kepribadian nasional.

f. Ramah tamah

Ramah tamah dalam sifat dan perilaku masyarakat yang akrab dalam pergaulan, hormat dan sopan dalam berkomunikasi, senyum dan memberikan pelayanan baik dilakukan oleh aparat atau unsur pemerintah maupun usaha pariwisata secara langsung dalam pelayanannya.

g. Kenangan

Mencakup beberapa hal yaitu :

- 1) Kenangan dari segi akomodasi yang nyaman, baik lingkungan dan pelayanannya.
- 2) Kenangan dari segi budaya yang mempesona baik mutu maupun kontinuitas dan waktu yang tepat.
- 3) Kenangan dari segi makanan dan buah-buahan daerah yang khas baik dalam penyajian maupun variasinya.

Menurut Pangestuti dan Supriono (2021:30) Supaya objek wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan, objek wisata harus memenuhi tiga syarat, yaitu :

- a. Daerah wisata harus mempunyai apa yang disebut sebagai “*something to see*”. Artinya, di tempat tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata, yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain.
- b. Lokasi objek wisata harus tersedia apa yang disebut dengan istilah “*something to do*”. Artinya, di tempat tersebut setiap banyak yang dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi atau amusements yang dapat membuat mereka betah tinggal lebih lama di tempat itu.
- c. Lokasi objek wisata harus tersedia apa yang disebut dengan istilah “*something to buy*”. Artinya, di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja (*shopping*), terutama barang-barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing. Fasilitas untuk berbelanja ini tidak hanya menyediakan barang-barang yang dapat di beli, tetapi harus pula tersedia sarana-sarana pembantu lain untuk lebih memperlancar seperti *Money Changer*, Bank, Kantor Pos, Kantor telepon, dan lain-lain.
- d. Daerah wisata harus memiliki apa yang disebut sebagai “*Something to arrived*”. Artinya, di tempat tersebut harus memiliki suatu daya tarik wisata. Mengenai bagaimana aksesibilitas menuju objek wista dan transportasi yang dapat digunakan.

- e. Daerah wisata harus memiliki apa yang disebut sebagai “*Something to stay*”. Artinya, ditempat tersebut terdapat akomodasi yang menjadi poin penting untuk melengkapi sebuah daya tarik wisata. Karena terkadang ada wisatawan yang melakukan perjalanan wisatanya dalam jangka waktu yang cukup lama, maka diperlukan akomodasi berupa penginapan atau hotel sebagai tempat tinggal sementara para wisatawan.

Syarat tersebut harus sejalan dengan pola tujuan pemasaran pariwisata, yaitu dengan promosi yang dilakukan agar lebih banyak wisatawan yang datang pada suatu objek wisata, lebih lama tinggal dan lebih banyak mengeluarkan uangnya di tempat yang mereka kunjungi.

a. Sarana Pariwisata

Menurut Suwanto (2004:22) dalam Suwena (2010) sarana wisata merupakan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Sarana dalam kepariwisataan menurut Yoeti (1996:199) dibagi menjadi tiga bagian yaitu sarana pokok, sarana pelengkap dan sarana penunjang.

1) Sarana Pokok Kepariwisataan

Sarana pokok adalah segala bentuk pelayanan kepariwisataan yang memberikan fasilitas pokok yang dapat memberikan pelayanan bagi wisatawan. Contohnya : *Travel agent*, hotel, restoran serta rumah makan lainnya, obyek wisata dan atraksi wisata.

2) Sarana Pelengkap Kepariwisataan

Sarana pelengkap adalah fasilitas-fasilitas yang melengkapi sarana pokok dengan sedemikian rupa sehingga dapat membuat wisatawan lebih lama tinggal di tempat atau di objek tujuan wisata yang dikunjunginya.

3) Sarana Penunjang Kepariwisataan

Sarana penunjang adalah fasilitas yang diperlukan wisatawan dan berfungsi tidak hanya melayani kebutuhan pokok dan sarana pelengkap tetapi juga memiliki fungsi yang lebih penting yaitu agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjungi.

b. Prasarana Pariwisata

Prasarana pariwisata adalah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya. Menurut Yoeti (2006:186) dalam Panorama membagi prasarana kepariwisataan menjadi 2 bagian :

- 1) Prasarana perekonomian, yang dapat dibagi atas : pengangkutan atau transportasi; Prasarana komunikasi; Kelompok yang termasuk penunjang (penerangan, listrik, persediaan air minum, sistem irigasi, dan sumber energi); Sistem perbankan.
- 2) Prasarana sosial adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau kelangsungan prasarana perekonomian yang ada. Contohnya : sistem pendidikan khusus pariwisata; pelayanan kesehatan; faktor keamanan dan petugas yang langsung melayani wisatawan seperti petugas imigrasi, petugas bea cukai, petugas kesehatan, polisi dan sistem perbankan.

Pemasaran pariwisata diharapkan yang sinergis, unggul dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara (Zaenuri, 2012). Pemasaran sebenarnya tidak jauh dan tidak bisa lepas dari 4P yaitu, *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi). Dalam hal ini promosi merupakan bagian dari pemasaran, sehingga perencanaan pemasaran tidak dapat terlepas dari ketiga komponen yang lain. Produk adalah apa yang dijual, tidak hanya bentuknya tapi juga bagaimana produk tersebut berbeda atau bahkan lebih baik dari produk yang dimiliki pesaing. Pada istilah pemasaran, pelayanan diterjemahkan juga sebagai “produk” meskipun keberadaannya tidak berwujud (abstrak; hanya bisa dirasakan). Pada industri pariwisata produk sering merupakan perpaduan berbagai pelayanan dan produk yang berbeda, yang sering diistilahkan sebagai “pengalaman” (*experience*). Harga ditujukan pada harga aktual dari produk, yang didalamnya sudah memuat unsur-unsur selain harga produk produknya seperti, komisi, pajak, dan potongan (*discount*). Tempat merujuk pada lokasi produk tersebut dijual atau jaringan distribusi dimana pembeli potensial dapat membeli produk yang ditawarkan.

Promosi merupakan pesan dan alat yang akan digunakan untuk mensosialisasikan atauewartakan kepada pasar mengenai produk yang ditawarkan, seperti misalnya, iklan, brosur, TV, radio, kehumasan (*public relation*) dan lain sebagainya.

Pemahaman pemasaran dalam pariwisata tidak jauh berbeda dengan pemasaran pada umumnya (Zaenuri, 2012) yaitu bagaimana menentukan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen atau target pasar, kemudian menterjemahkannya dalam bentuk produk dan layanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen atau target pasar tersebut secara lebih efektif dan efisien. Dari konsep tersebut perlu dicermati satu komponen penting yang akan menjadi pokok dalam seluruh kegiatan pemasaran yaitu, pasar.

2.1.3 Wisatawan

Secara etimologi, kalau kita meninjau arti kata “wisatawan” yang berasal dari kata “wisata”, maka sebenarnya tidaklah tepat sebagai pengganti kata “*tourist*” dalam bahasa Inggris. kata itu berasal dari kata Sansekerta: “wisata” yang berarti “perjalanan yang sama atau dapat disamakan dengan kata “*travel*” dalam bahasa Inggris, maka “wisatawan” sama artinya dengan kata *traveler*, dalam pengertiannya yang umum diterima oleh masyarakat Indonesia sesungguhnya bukanlah demikian, kata wisatawan selalu diasosiasikan dengan kata “*tourist*” (bahasa Inggris). Namun jika diperhatikan kata “*tourist*” itu sendiri, sebenarnya kata itu berasal dari kata “*tour*” (yang berarti perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain) dari orang yang melakukan perjalanan “*tour*” ini dalam bahasa Inggris disebut dengan kata “*tourist*”.

Istilah wisatawan harus diartikan sebagai seseorang, tanpa membedakan ras, kelamin, dan agama, yang memiliki wilayah suatu negara yang mengadakan perjanjian yang lain daripada negara dimana orang itu biasanya tinggal dan berada di situ tidak kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari 6 bulan, di dalam jangka waktu 12 bulan berturut-turut, untuk tujuan non migrasi yang legal, seperti : perjalanan wisata, rekreasi, olah raga, kesehatan, alasan keluarga, studi, ibadah keagamaan, atau urusan usaha (*business*) Suwena (2010).

Wisatawan adalah peserta dalam kegiatan pariwisata. Wisatawan melakukan kegiatan ini untuk mendapatkan kesenangan hidup dengan cara menikmati atau melakukan sesuatu yang membuat mereka senang di tempat yang mereka kunjungi, tanpa meminta imbalan atau kemauan. Untuk melakukan hal ini, wisatawan untuk sementara meninggalkan tempat tinggalnya ke tempat lain. Kaitannya dengan pernyataan tersebut, wisatawan dikelompokkan menjadi dua, yaitu : wisatawan berasal dari negeri setempat, yang disebut wisatawan nusantara, dan wisatawan berasal dari negara lain disebut wisatawan mancanegara.

Daerah Tujuan Wisata harus didukung empat komponen utama atau yang dikenal dengan istilah "4A" yaitu : a) Atraksi (*attraction*), b) Fasilitas (*amenities*), c) Pendukung (*access*), dan d) pelayanan (*ancillary services*). Uraian dari masing-masing komponen itu dapat diuraikan di bawah ini.

a. Atraksi (*Attraction*)

Atraksi merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Ada banyak alasan mengapa orang berwisata ke suatu daerah. Beberapa yang paling umum adalah untuk melihat keseharian penduduk setempat, menikmati keindahan alam, menyaksikan budaya yang unik, atau mempelajari sejarah daerah tersebut. Intinya, wisatawan datang untuk menikmati hal-hal yang tidak dapat mereka temukan dalam kehidupan mereka sehari-hari. Atraksi disebut juga objek dan daya tarik wisata yang diminati oleh wisatawan. Suatu daerah atau tempat hanya dapat menjadi tujuan wisata kalau kondisinya sedemikian rupa, sehingga ada yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata. Apa yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan (*tourism resources*).

b. Fasilitas (*Amenities*)

Secara umum pengertian *amenities* adalah segala macam prasarana dan sarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan (*accommodation*), rumah makan, transportasi dan agen perjalanan.

c. Aksesibilitas (*Accses*)

Jalan masuk atau pintu masuk utama ke daerah tujuan wisata merupakan *access* penting dalam kegiatan pariwisata. Airport, pelabuhan, terminal, dan segala macam jasa transportasi lainnya menjadi *access* penting dalam pariwisata. Di sisi lain *access* ini diidentikkan dengan transferabilitas yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Tanpa adanya kemudahan transferabilitas tidak akan ada pariwisata.

d. Pelayanan tambahan (*Ancillary service*)

Pelayanan tambahan (*ancillary service*) atau sering disebut juga pelengkap yang harus disediakan oleh pemerintah daerah dari suatu daerah tujuan wisata, baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk: pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan dengan peraturan perundang-undangan baik di objek wisata maupun di jalan raya. Misalkan, wisatawan memperoleh pelayanan informasi di *Tourism In formation Center* (TIC), baik berupa penjelasan langsung maupun bahan cetak seperti brosur, buku, leaflet, poster, peta dan lain sebagainya. Jasa pendukung lainnya yang sangat penting adalah jasa pemandu. Pemandu harus memahami informasi mengenai daerah tempat ia bekerja. Pengetahuan tentang pelayanan dan keramahtamahan juga sangat diperlukan. Pemandu tidak hanya sekedar memberikan informasi, tapi juga harus dapat meningkatkan kesadaran wisatawan untuk menghormati alam dan budaya setempat. Jasa pendukung tersebut sangat tergantung pada daerah atau tujuan wisata, semakin terpencil, maka jasa pendukung akan semakin minim. Namun hal ini umumnya dapat dimaklumi karena wisatawan yang memilih pergi ke tempat terpencil sudah mempersiapkan diri dengan kondisi lapangan yang terbatas.

2.1.3 Daya Tarik Wisata

Menurut Suryo Sakti (2012) dalam Oktavianari dkk, bahwa objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan yang berhubungan, yang dapat menarik wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu atau tempat tertentu. Daya tarik

wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadipendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Adapun yang membedakan antara objek wisata dan atraksi wisata adalah masing-masing karakteristiknya, antara lain sebagai berikut :

- a. Objek wisata, bersifat statis, terikat pada tempat, dapat dijamah (*tangible*). Contoh, Objek Wisata Alam: Pantai, Gunung/bukit, Hutan, Pulau, Danau, Air terjun, Gua, Lembah, Pemandangan Alam, Cagar alam, Suaka Margasatwa, Taman Nasional, dan lain-lain. Contoh, Objek Wisata Karya Manusia: Situs Sejarah, Candi, Monumen, Tugu, Bangunan berarsitektur khas/daerah, Bangunan dan lokasi bersejarah seperti museum, pelabuhan, mesjid, gereja, kraton, makam tokoh agama/nasional/sejarah, bangunan lain yang bernilai khusus antara lain jembatan (misalnya Ampera, Suramadu), bendungan, perkebunan, kebun binatang, taman kota, taman rekreasi, dan sebagainya;
- b. Atraksi wisata, bersifat dinamis, mencerminkan adanya gerak, tidak terikat tempat (dapat berpindah) dan tidak dapat dijamah (*intangible*). Contoh, atraksi asli (ada atau tidak ada tourist akan berlangsung seperti apa adanya): seperti adat istiadat, pakaian tradisional, arsitektur khas/daerah, kebiasaan dan pola hidup, gaya hidup, bahasa, suasana keakraban dan keramahan masyarakat, seni budaya yang melekat pada kehidupan masyarakat, seni batik, seni ukir, seni pahat, seni lukis, seni tari dan gamelan, seni musik, upacara ritual keagamaan, upacara perkawinan, upacara menyambut kelahiran anak, upacara kraton, acara 17-an (Agustus), dan sebagainya. Contoh, atraksi pentas: Pementasan seni budaya (tari, gamelan, musik, wayang, dan lain-lain), pameran lukisan, pameran pahatan, pameran ukiran, peragaan busana, dan lain-lain.

Penjabaran tentang jenis-jenis daya tarik wisata tertuang dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2011-2025 sebagai berikut :

- a. Daya tarik wisata alam

Secara garis besar jenis-jenis daya tarik wisata alam dapat dibedakan atas (1) daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan

keunikan lingkungan alam di wilayah perairan laut; dan (2) daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah daratan. Masing-masing daya tarik wisata alam tersebut dapat dijabarkan secara lebih rinci lagi sebagai berikut: (1) Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah perairan laut, yang berupa antara lain (a) bentang pesisir pantai, seperti: Pantai Kuta, Pantai Pangandaran, Pantai Gerupuk – Aan, dan sebagainya; (b) bentang laut, baik perairan di sekitar pesisir pantai maupun lepas pantai yang menjangkau jarak tertentu yang memiliki potensi bahari, seperti perairan laut Kepulauan Seribu, perairan laut kepulauan Wakatobi, dan sebagainya; dan (c) kolam air dan dasar laut, seperti Taman Laut Bunaken, Taman Laut Wakatobi, taman laut dan gugusan pulau-pulau kecil Raja Ampat, Atol Pulau Kakaban, dan sebagainya. (2) Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah daratan, yang berupa antara lain (a) Pegunungan dan hutan alam/taman nasional/taman wisata alam/taman hutan raya, seperti Taman Nasional Gunung Rinjani, Taman Nasional Komodo, Taman Nasional Bromo – Tengger – Semeru, dan sebagainya; (b) perairan sungai dan danau, seperti danau Toba, Danau Maninjau, Danau Sentani, Sungai Musi, Sungai Mahakam, Situ Patenggang, dan sebagainya; (c) perkebunan, seperti agrowisata Gunung Mas, agro wisata Batu-Malang, dan sebagainya; (d) pertanian, seperti area persawahan Jatiluwih, area persawahan Ubud, dan sebagainya; dan (e) bentang alam khusus, seperti gua, karst, padang pasir, dan sejenisnya, seperti Gua Jatijajar, Gua Gong, Karst Gunung Kidul, Karst Maros, gumpuk pasir Barchan Parangkusumo, dan sebagainya.

b. Daya tarik wisata budaya

Daya Tarik Wisata budaya adalah daya tarik wisata berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Daya tarik wisata budaya dapat dibedakan atas daya tarik yang bersifat berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*). Daya tarik wisata budaya yang bersifat berwujud antara lain berupa: Cagar budaya, yang meliputi (a) Benda cagar budaya, yaitu

benda alam dan/atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya, atau sisa sisanya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia, seperti angklung, keris, gamelan, dan sebagainya; (b) Bangunan cagar budaya, yaitu susunan binaan yang terbuat dari benda alam atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang berdinding dan/atau tidak berdinding, dan beratap; (c) Struktur cagar budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam dan/atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang kegiatan yang menyatu dengan alam, sarana, dan prasarana untuk menampung kebutuhan manusia; (d) Situs cagar budaya adalah lokasi yang berada di darat dan/atau di air yang mengandung benda cagar budaya, bangunan cagar budaya, dan/atau struktur cagar budaya sebagai hasil kegiatan manusia atau bukti kejadian pada masa lalu; dan (e) Kawasan cagar budaya adalah satuan ruang geografis yang memiliki 2 (dua) situs cagar budaya atau lebih yang letaknya berdekatan dan/atau memperlihatkan ciri tata ruang yang khas.

- 1) Perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas, seperti Kampung Naga, perkampungan Suku Badui, Desa Sade, Desa Penglipuran, dan sebagainya; dan
- 2) Museum, seperti Museum Nasional, Museum Bahari, dan sebagainya.

Sedangkan jenis-jenis daya tarik wisata budaya yang bersifat tidak berwujud antara lain berupa:

- 1) Kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktivitas budaya masyarakat yang khas di suatu area/tempat, seperti sekaten, karapan sapi, pasola, pemakaman Toraja, ngaben, pasar terapung, kuin, dan sebagainya.
- 2) Kesenian, seperti: angklung, sasando, reog, dan sebagainya.

c. Daya tarik wisata hasil buatan manusia

Daya tarik wisata hasil buatan manusia digolongkan sebagai daya tarik wisata khusus yang merupakan kreasi artifisial (*artificially created*) dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar ranah wisata alam dan wisata

budaya. Daya Tarik Wisata hasil buatan manusia/khusus, selanjutnya dapat dijabarkan meliputi antara lain:

- 1) Fasilitas rekreasi dan hiburan atau taman bertema, yaitu fasilitas yang berhubungan dengan motivasi untuk rekreasi, hiburan (*entertainment*) maupun penyaluran hobi, seperti taman bertema (*theme park*)/taman hiburan (kawasan Trans Studio, Taman Impian Jaya Ancol, Taman Mini Indonesia Indah);
- 2) Fasilitas peristirahatan terpadu (*integrated resort*), yaitu kawasan peristirahatan dengan komponen pendukungnya yang membentuk kawasan terpadu, seperti Kawasan Nusa Dua Resort, Kawasan Tanjung Lesung, dan sebagainya; dan
- 3) Fasilitas rekreasi dan olahraga, seperti kawasan rekreasi dan olahraga Senayan, kawasan padang golf, dan area sirkuit olahraga.

Jenis-jenis potensi daya tarik wisata alam yang terdiri berbagai sumber daya alam atau fenomena alamiah yang memiliki nilai keunikan, termasuk pula yang telah dibudidayakan. Berikut identifikasi potensi daya tarik wisata alam menurut Pujaastawa dan Ariana.

Tabel 2.1
Identifikasi Potensi Daya Tarik Wisata Alam (Air Terjun)

No	Aspek	Metode/Teknik
1	Letak/lokasi	Observasi lapangan
2	Peta kawasan	Pemeriksaan dokumen
3	Status kawasan	Pemeriksaan dokumen
4	Akses menuju lokasi	Observasi lapangan
5	Ketinggian air terjun	Observasi lapangan, pemeriksaan dokumen
6	Debit air	Observasi lapangan, pemeriksaan dokumen
7	Kualitas air	Observasi lapangan,
8	Kedalaman dan karakter arus	Observasi lapangan, wawancara
9	Jenis-jenis biota di sekitar air terjun yang berpotensi sebagai daya tarik wisata	Observasi lapangan
10	Jenis-jenis atraksi/kegiatan wisata di sekitar air terjun.	Observasi lapangan, wawancara
11	Jenis-jenis daya tarik budaya dan buatan yang terdapat di sekitar	Observasi lapangan, wawancara, pemeriksaan dokumen

	air terjun.	
12	Jumlah kunjungan wisatawan	Observasi lapangan, wawancara, pemeriksaan dokumen
13	Persepsi wisatawan tentang potensi daya tarik air terjun.	Kuesioner
14	Persepsi dan sikap masyarakat terhadap pengembangan air terjun sebagai destinasi wisata.	Kuesioner
15	Jenis-jenis fasilitas akomodasi yang tersedia.	Observasi lapangan
16	Arti dan fungsi air terjun bagi kehidupan masyarakat setempat.	Observasi lapangan, wawancara,
17	Bentuk-bentuk kebijakan pemerintah terkait dengan keberadaan air terjun sebagai destinasi wisata.	Observasi lapangan, pemeriksaan dokumen
18	Bentuk-bentuk tantangan, gangguan, dan ancaman bagi pengembangan air terjun sebagai destinasi wisata.	Wawancara, observasi lapangan

Sumber: Pedoman Identifikasi Potensi Daya Tarik Wisata, 2015

2.1.4 Faktor Penunjang dan Penghambat Pengembangan Daya Tarik Wisata

Faktor penunjang adalah hal atau kondisi yang dapat mendorong atau menumbuhkan suatu kegiatan, usaha atau produksi (Wibowo, 2016) dalam Mallu dan Bessie. Suatu daerah atau tempat hanya dapat menjadi tujuan wisata kalau kondisinya sedemikian rupa, sehingga ada yang dikembangkan menjadi atraksi wisata. Apa yang dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan. Modal kepariwisataan itu mengandung potensi untuk dikembangkan menjadi atraksi wisata, sedang atraksi wisata itu sudah tentu perlu komplementer dengan motif perjalanan wisata. Maka untuk menemukan potensi kepariwisataan suatu daerah perlu berpedoman kepada apa yang dicari oleh pengunjung. Modal atraksi yang menarik kedatangan pengunjung ada tiga yaitu:

- a. Modal dan Potensi Alam; alam merupakan salah satu faktor pendukung seorang melakukan perjalanan wisata karena ada orang berwisata hanya

sekedar menikmati keindahan alam, ketenangan alam, serta ingin menikmati keaslian fisik flora dan faunanya.

- b. Modal dan Potensi kebudayaannya; potensi kebudayaan disini merupakan kebudayaan dalam arti luas bukan hanya meliputi seperti kesenian atau kehidupan kerajinan dan lain-lain. Akan tetapi meliputi adat istiadat yang ada dan segala kebiasaan yang hidup di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Sehingga diharapkan pengunjung bisa tertahan dan dapat menghabiskan waktu di tengah-tengah masyarakat dengan kebudayaannya yang dianggap menarik.
- c. Modal dan Potensi Manusia; manusia dapat dijadikan atraksi wisata yang berupa keunikan-keunikan adat istiadat maupun kehidupannya namun jangan sampai martabat dari manusia tersebut direndahkan sehingga kehilangan martabatnya sebagai manusia.

Dalam pengembangan suatu daya tarik wisata tidak terlepas dari kondisi maupun pihak yang dapat menghambat keberlangsungan pengembangan pariwisata yang ada disuatu daerah maupun negara. Faktor penghambat adalah hal atau kondisi yang dapat menghambat atau menggagalkan suatu kegiatan, usaha atau produksi (Wibowo, 2016) dalam Mallu dan Bessie. Pengembangan daya tarik wisata pasti tidak terlepas dari faktor-faktor berikut ini:

- 1) Kurangnya prioritas pembangunan pemerintah kabupaten terhadap sektor pariwisata
- 2) Kurangnya kuantitas dan spesialisasi sumber daya manusia pada dinas terkait
- 3) Kurangnya kerja sama dengan investor
- 4) Belum terdapat sistem promosi yang menarik
- 5) Keterbatasan sarana dan prasarana kerja pada dinas terkait dan objek wisata
- 6) Keterbatasan dan kurangnya perawatan fasilitas penunjang objek wisata
- 7) Kurangnya peran serta masyarakat dalam sektor pariwisata

Faktor penghambat pengembangan daya tarik wisata juga berdasarkan pada letak geografis suatu daya tarik wisata seperti wisata alam kadang mengalami permasalahan dengan bencana alam juga mengenai status kepemilikan lahan yang akan menghambat program-program pengembangan daya tarik wisata, kurangnya kerja sama dengan investor (pihak ketiga) yang menawarkan kerja

sama dengan pemerintah daerah dalam mengembangkan pariwisata di daerah. Hal ini menjadi kendala karena jika adanya kerja sama maka akan membantu dalam masalah dana karena dana merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam melakukan program-program yang telah dirumuskan bersama.

2.1.5 Air Terjun

Air Terjun terbentuk dari formasi geologi arus air yang mengalir melalui batuan yang mengalami erosi kemudian menciptakan aliran arus air atau sungai yang jatuh dari ketinggian. Dengan kata lain air terjun merupakan aliran air yang terbentuk pada saat air jatuh bebas dari tempat tinggi sehingga menggerus dasar sungai dan membentuk cekungan yang berupa kolam.

Menurut Tisnasomantri dikutip dalam buku Geomorfologi Umum (1998:73), menyatakan bahwa air terjun yang terdapat di bagian hulu sungai bisa terjadi oleh beberapa hal, yaitu:

- a. Adanya batas erosi lokal sementara (adanya batuan keras) yang menyebabkan erosi di sebelah hilir lebih kuat daripada di bagian hulu dari air terjun itu.
- b. Bermuaranya anak sungai terhadap induk sungai. Sebagai akibatnya, maka erosi vertikal di bagian hilir muara anak sungai relatif lebih besar dari bagian hulu.
- c. Karena patahan yang memotong jalur lembah sungai, yang menyebabkan bagian hilir relatif turun terhadap bagian hulu. Letak air terjun terdapat pada muka patahan.

Sehingga beberapa air terjun berbentuk dilingkungan pegunungan dimana erosi kerap terjadi. Dan terjadinya air terjun seringkali dikaitkan dengan sungai yang berusia masih muda dan mengalami penyempitan diujungnya. Kemudian aliran sungai tersebut jatuh dari ketinggian dan kemudian disebut air terjun.

Menurut Marjohan (2008) dalam Rahman dan Citra menggolongkan air terjun berdasarkan kenampakan fisiknya yaitu sebagai berikut:

- a. *Cascade*, merupakan air terjun dengan skala kecil yang umum digunakan untuk menjelaskan bagian dari air terjun.

- b. *Cataract*, merupakan air terjun yang mempunyai ketinggian lebih dari 30 meter dan mempunyai kekuatan aliran air yang kuat
- c. *Chute*, merupakan air terjun yang berbentuk sempit dan mempunyai kekuatan besar umumnya berada diantara dua buah batuan besar atau pada dinding jurang dan lebar dinding air terjun yang sempit yaitu kurang dari 2 meter
- d. *Slide* (luncur), merupakan air terjun yang terbentuk karena aliran sungai yang mengalir mengikuti kemiringan permukaan dinding tebing, dengan kemiringan tebing kurang dari 70 derajat.
- e. *Overhanging Ledge Falls* (birai menggantung), tipe air terjun yang pancaran airnya menonjol keluar dari tebing air terjun/ air tidak menyentuh dinding air terjun.
- f. *Parallel*, tipe ini terbentuk dari dua buah air terjun yang letaknya berdampingan satu sama lain.
- g. *Waterfall*, yaitu bagian dari sungai yang jatuh secara vertikal ke suatu tempat dan umumnya lebarnya lebih dari dua meter, tipe waterfall ini merupakan tipe umum yang tidak masuk kategori air terjun sebelumnya.

Air terjun di Indonesia sangat beragam, dengan keunikan dan karakteristik tersendiri, sehingga memberikan pesona dan sensasi tersendiri bagi pengunjung yang melihatnya. Dengan ketinggian beberapa meter hingga puluhan meter bahkan sampai ratusan meter.

2.2 Penelitian yang Relevan

Penelitian dengan topik yang serupa pernah dilakukan oleh dua peneliti yaitu Iqbal Syahril Yusup pada tahun 2019 dengan judul “Potensi Curug Sawer Sebagai Objek Wisata Di Desa Mandalahurip Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya”, dan peneliti oleh Achmad Fikri Nazitama Fauzi pada tahun 2020 dengan judul “Potensi Kawasan Curug Cimanik Sebagai Objek Wisata Di Desa Cibeunying Kecamatan Majenang Kabupaten Cilacap”. Dilihat pada Tabel 2.6 penelitian relevan.

Tabel 2.2 Penelitian Relevan

Nama	Iqbal Syahril Yusup (2019)	Achmad Fikria Nazitama Fauzi (2020)	Respiasasti (2023)
Judul	Potensi Curug Sawyer Di Desa Mandalahurip Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya	Potensi Kawasan Curug Cimanik Sebagai Objek Wisata Di Desa Cibeunying Kecamatan Majenang Kabupaten Cilacap	Potensi Objek Wisata Curug Di Desa Mandalamekar Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya
Rumusan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi apa sajakah yang ada di Desa Mandalahurip Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya? 2. Upaya apa sajakah yang dapat dilakukan untuk mendukung Curug Sawyer sebagai objek wisata di Desa Mandalahurip Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi wisata apa sajakah yang terdapat di kawasan Curug Cimanik sebagai objek wisata di Desa Cibeunying Kecamatan Majenang Kabupaten Cilacap? 2. Bagaimanakah faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan kawasan Curug Cimanik sebagai objek wisata di Desa Cibeunying Kecamatan Majenang Kabupaten Cilacap? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor apa yang mendukung potensi objek wisata curug di Desa Mandalamekar Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya? 2. Faktor apa yang menghambat potensi Objek Wisata Curug di Desa Mandalamekar Kecamatan Kabupaten Tasikmalaya?
Hipotesis Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi yang terdapat di Curug Sawyer Desa Mandalamekar Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya yaitu: <ol style="list-style-type: none"> a. Panorama alam Curug 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi wisata yang terdapat di kawasan Curug Cimanik sebagai objek wisata di Desa Cibeunying Kecamatan Majenang Kabupaten Cilacap adalah panorama alam hutan pinus, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor yang mendukung potensi objek wisata curug di Desa Mandalamekar Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya yaitu curug (Curug Sawyer, Curug

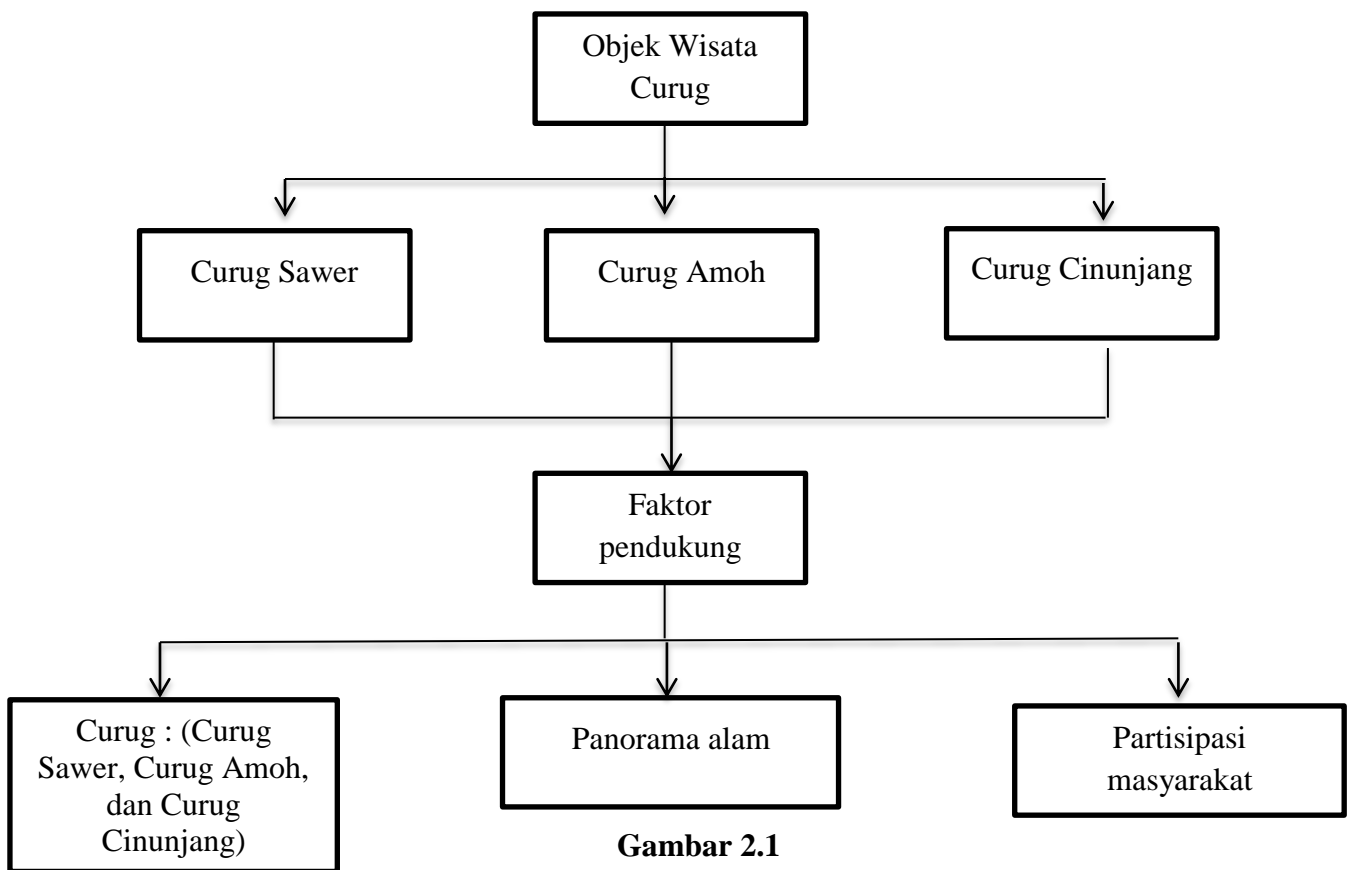
	<p>Sawer</p> <p>b. Kolam air terjun</p> <p>2. Upaya yang dapat dilakukan untuk mendukung Curug Sawer sebagai objek wisata di Desa Mandalamekar Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmlaya yaitu:</p> <p>a. membangun aksesibilitas pendukung</p> <p>b. Partisipasi masyarakat</p> <p>c. Pengelolaan dan pengawasan</p> <p>d. Meningkatkan promosi dan publikasi</p>	<p>pemandangan curug, tepat berenang, terapi ikan dan tempat berkemah.</p> <p>2. Faktor pendukung dan penghambat dalam penegmbangan kawasan Curug Cimanik sebagai objek wisata di Desa Cibeunying Kecamatan Majenang Kabupaten Cilacap adalah:</p> <p>a. Faktor yang mendukung pengembangan kawasan Curug Cimanik yaitu promosi yang sudah baik, dan adanya partisipasi masyarakat</p> <p>b. Faktor yang menghambat pengembangan kawasan Curug Cimanik yaitu sarana dan prasarana belum memadai, dan aksesibilitas yang kurang baik.</p>	<p>Amoh dan Curug Cinunjang), panorama alam, dan partisipasi masyarakat.</p> <p>2. Faktor yang menghambat potensi objek wisata curug di Desa Mandalamekar Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya yaitu sarana dan prasarana, aksesibilitas, pengelolaan, dan promosi.</p>
--	---	--	--

Sumber : Hasil Studi Pustaka, 2022

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan permasalahan pada penelitian ini, maka dapat dijabarkan pada kerangka konseptual : faktor pendukung objek wisata curug di Desa Mandalamekar Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya dan faktor penghambat objek wisata curug di Desa Mandalamekar Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya.

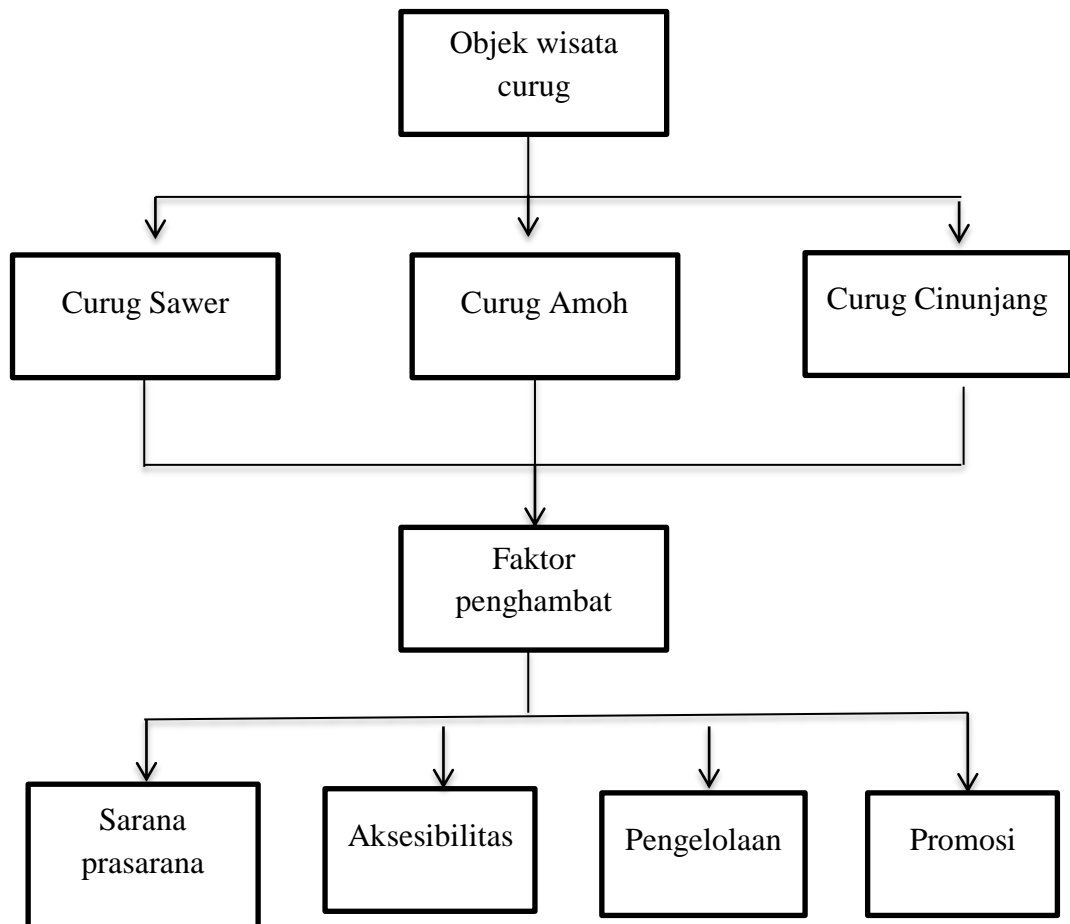
2.1.6 Kerangka Konseptual I



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual I

Kerangka konseptual yang pertama didasarkan pada rumusan masalah yang pertama yaitu “Faktor apakah yang mendukung potensi objek wisata curug di Desa Mandalamekar Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya.” dengan faktor yang mendukung yang dimiliki kawasan ini maka mampu mendorong pemerintah sekitar untuk memanfaatkan potensi yang dimiliki kawasan tersebut.

2.1.7 Kerangka Konseptual II



Gambar 2.2
Kerangka Konseptual II

Kerangka konseptual kedua didasarkan pada rumusan masalah yang kedua yaitu “Faktor apakah yang menghambat potensi objek wisata curug di Desa Mandalamekar Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya.” Berdasarkan penguraian kerangka konseptual diatas maka terdapat hubungan antara kerangka konseptual pertama dengan yang kedua. Jika suatu kawasan terdapat beberapa faktor yang menghambat potensi objek wisata curug yaitu sarana prasarana, aksesibilitas, area parkir, pengelolaan, dan promosi.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan tentatif yang merupakan dugaan mengenai apa saja yang sedang kita amati dalam usaha untuk memahaminya (Nasution, 2000) dalam Sarwono. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor yang mendukung potensi objek wisata curug di Desa Mandalamekar Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya yaitu curug : (Curug Sawer, Curug Amoh dan Curug Cinunjang), panorama alam, dan partisipasi masyarakat.
- 2) Faktor yang menghambat potensi objek wisata curug di Desa Mandalamekar Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya yaitu sarana dan prasarana, aksesibilitas, pengelolaan, dan promosi.