

BAB 2

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Geografi Pariwisata

Geografi merupakan ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kewilayahan dan kelingkungan dalam konteks keruangan. Dan geografi merupakan cabang ilmu yang mempelajari hubungan/gejala-gejala dipermukaan bumi yang bersifat fisik maupun sosial makhluk hidupnya. (Azhari & Santoso, 2019). Ilmu pariwisata sangat berkaitan erat dengan ilmu geografi, dikarenakan konsep ilmu geografi mempelajari segala bentuk aktivitas dan keadaan alam beserta manusianya pada suatu wilayah termasuk bidang wisata

Geografi pariwisata adalah cabang ilmu geografi yang mengkaji suatu region atau suatu wilayah dipermukaan bumi secara komprehensif, baik dari aspek fisis geografisnya maupun aspek manusianya dengan menekankan pada pendekatan keruangan, ekologi dan hubungan kehidupan dengan lingkungannya serta penekanan pada pendekatan kewilayahan. (Asiah, 2022).

2.1.1.1 Pariwisata

Pariwisata menurut Prayogo (2018) dalam Ramadhani (2021) merupakan kegiatan perjalanan rekreasi dan mendapatkan hiburan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain dengan membuat rencana dalam jangka waktu tertentu.

Pariwisata merupakan kegiatan/perjalanan rekreasi yang dilakukan ke suatu daerah untuk tujuan wisata sementara waktu untuk melepas kejenuhan, penat, lelah, mencari hiburan dan suasana baru diluar lingkungan daerahnya dengan waktu yang sementara. (Rahmadhani, 2021)

2.1.1.2 Wisatawan

Pengunjung atau lebih akrab disebut wisatawan adalah seseorang/kelompok orang yang datang mengunjungi suatu tempat atau Negara yang bukan daerah tempat tinggalnya dengan tujuan perjalanannya yaitu dalam rangka liburan,

kesehatan, studi, keagamaan, olahraga, kepentingan bisnis, keluarga, dan lainnya selain usaha untuk mencari pekerjaan. (Pomantow, Langi, & Waworuntu, 2022)

Terdapat enam jenis wisatawan berdasarkan lingkup perjalanannya, yaitu:

- 1) Wisatawan Asing (*Foreign Tourist*) adalah seseorang yang berpergian keluar dari Negara tempat asalnya dengan ditandai (Pomantow, Langi, & Waworuntu, 2022) oleh status kewarganegaraannya, dokumen perjalanan serta mata uang yang digunakannya.
- 2) *Domestic Foreign Tourist* adalah pengunjung asing yang tinggal di suatu negara dan sedang melakukan perjalanan di negara tersebut, biasanya sedang bekerja disuatu tempat tetapi mendapatkan penghasilan dari tempat asalnya. Contohnya seperti seseorang yang bekerja di Kedutaan Besar Amerika di Jakarta yang melakukan perjalanan wisata ke Lombok.
- 3) Wisatawan Domestik (*Domestic Tourist*) adalah seorang yang melakukan perjalanan wisata didalam negerinya sendiri tanpa keluar dari batas negara.
- 4) *Indigenous Foreign Tourist* merupakan warga negara yang bekerja di luar negeri yang pulang ke negara asalnya dan sedang melakukan perjalanan wisata seperti contohnya TKI Arab Saudi yang pulang ke Indonesia dan berlibur ke Bali.
- 5) Wisatawan Transit (*Transit Tourist*) adalah wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata ke suatu tempat dan mengalami pemberhentian sejenak di tempat lain kemudian melanjutkan kembali perjalanan ke tempat tujuan.
- 6) Wisatawan Bisnis (*Business Tourist*) adalah pengunjung/wisatawan yang datang untuk kepentingan bisnis dan melakukan kegiatan wisata setelah kepentingan bisnisnya selesai.

2.1.1.3 Potensi Wisata

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengatakan bahwa potensi adalah suatu kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, dikuatkan dan memiliki kesanggupan daya.

Potensi wisata adalah segala hal dan kejadian yang ada serta disediakan pada suatu tempat sehingga dapat dimanfaatkan dalam hal pengembangan pariwisata baik berupa suasana, kejadian, benda, maupun jasa. Potensi wisata ini juga dapat berupa sumberdaya alam dari aspek fisik dan hayati, juga berupa kekayaan budaya manusia yang dapat dikembangkan. (Indrianeu et al., 2021)

Potensi wisata dapat dibagi menjadi 3 jenis, yaitu:

- 1) Potensi Alam yaitu keadaan dan jenis flora fauna suatu daerah yang dihasilkan dari bentang alam suatu daerah, seperti hutan, bukit, pantai, dan lain-lain.
- 2) Potensi Kebudayaan yaitu segala sesuatu hasil cipta, rasa dan karsa manusia berupa adat istiadat, kerajinan tangan, kesenian, peninggalan bersejarah seperti monumen atau bangunan kuno.
- 3) Potensi Manusia yaitu potensi yang menghasilkan daya tarik wisata sebagai hasil pengembangan potensi alam dan potensi kebudayaan yang ada di suatu tempat, seperti adanya pementasan seni kebudayaan, pertunjukan tari tradisional, ritual atas tradisi daerah, dan sebagainya.

2.1.1.4 Syarat-syarat Pariwisata

Pariwisata sendiri harus memiliki usaha daya tarik usaha yaitu upaya atau kegiatan yang memiliki nilai keunikan, keindahan dan keanekaragaman dari alam maupun budaya yang digunakan masyarakat untuk menjadi sasaran kunjungan wisatawan yang datang. Menurut Suryadana (2015: 53) dalam Hasanah (2019) Syarat-syarat untuk menjadi daerah daya tarik wisata, yaitu:

- 1) *What to see*, dimana wisata tersebut harus mempunyai objek atau atraksi wisata yang memiliki perbedaan dan keunikan dari wilayah lain yang dapat ditampilkan untuk menarik minat wisatawan.
- 2) *What to do*, dimana wisata tersebut harus memiliki sesuatu/fasilitas penunjang untuk aktivitas rekreasi yang membuat wisatawan merasa betah dan nyaman berada ditempat tersebut.

- 3) *What to buy*, dimana suatu tempat wisata menyediakan tempat bagi pengunjung/wisatawan untuk membeli barang/jasa yang dijual di tempat objek wisata tersebut.
- 4) *What to arrived*, yaitu wisata harus mempertimbangkan aksesibilitas jalan ke tempat objek wisata tersebut.
- 5) *What to stay*, dimana tempat bagi pengunjung/wisatawan untuk tinggal sementara waktu atau disediakan hotel-hotel/villa/tempat penginapan lainnya disekitar objek wisata.

Menurut Chaerunissa & Yuniningsih (2020) untuk mengatur berhasil dan tercapainya tujuan suatu kawasan wisata dibutuhkannya komponen penunjang wisata yang harus ada dalam destinasi wisata yaitu 4A yaitu:

1. *Atraksi (Attraction)*, yaitu sesuatu/hal yang menjadi daya tarik sehingga membuat wisatawan berkesan, merasa puas, nyaman, dan menikmati apa yang ada pada objek wisata tersebut. Atraksi ini dapat berupa daya tarik alam, budaya dan daya tarik buatan manusia.
2. *Aksesibilitas (Accessibility)*, suatu tolak ukur dalam mencapai suatu tujuan wisata yang menyangkut kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh yang dipertimbangkan oleh wisatawan. Seperti akses dalam ditempuh untuk mencapai tempat wisata tersebut ditandai dengan dekat dengan fasilitas moda transportasi seperti stasiun kereta api, halte, terminal, ataupun jalanan yang cukup memadai untuk dilewati kendaraan roda dua atau empat.
3. *Amenitas (Amenities)* atau fasilitas, yaitu fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh para wisatawan dalam destinasi wisata tersebut yang digunakan untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan pada objek wisata.
4. *Layanan Pendukung (Ancillary Services)*, yaitu dukungan yang diberikan dan disediakan oleh suatu pihak organisasi, pemerintah daerah, kelompok atau pengelola pada destinasi wisata untuk melengkapi amenities dan aksesibilitas yang ada di objek wisata seperti jalan raya, pelayanan penunjuk arah, pemandu wisata, dll.

2.1.2 Agrowisata

Agrowisata merupakan kegiatan yang memadukan wisata dan edukasi yang berkaitan dengan bidang pertanian. Agrowisata memberi kesempatan bagi petani untuk mampu meningkatkan kualitas hidupnya melalui sumber daya pertanian miliknya, dan memberi gambaran secara nyata kepada wisatawan tentang pertanian dan kehidupan bertani (Suwarsito, 2022). *Database* Kementerian Pertanian Republik Indonesia menjelaskan bahwa agrowisata salah satu objek wisata berkelanjutan yang berperan sebagai media promosi pertanian, media pembelajaran bagi masyarakat dan salah satu sumber pertumbuhan baru daerah, termasuk sebagai sumber perekonomian nasional (Kementan RI, 2004).

Agrowisata telah dikembangkan sejak abad ke-20, dimana pariwisata dikaitkan dengan lingkungan produksi sektor pertanian. Agrowisata didefinisikan sebagai aktivitas yang berkaitan dengan kegiatan wisata yang sekaligus menjadi pembelajaran bagi wisatawan dalam mengenal lebih dekat dengan proses produksi pada sektor pertanian. Dengan pengembangan agrowisata dapat memunculkan peluang bagi petani lokal untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan taraf hidup.

2.1.2.1 Pengembangan Agrowisata

Menurut Kasparek, 2007 dalam (Nurhadi, 2018) diperlukan beberapa syarat untuk mengembangkan agrowisata, antara lain :

1. *Landscape* otentik yang alami dengan ukuran cukup luas;
2. Terdapatnya budaya, sejarah atau daya tarik alami pada area tersebut;
3. Jalur transportasi yang memudahkan akses ke area wisata;
4. Infrastruktur transportasi, akomodasi dan logistik yang memadai;
5. Kondisi politik yang stabil; dan
6. Penerimaan dari penduduk lokal.

Sedangkan faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu kawasan agrowisata adalah menyangkut daya tarik objek wisata, sarana berwisata dan prasarana berwisata. Obyek agrowisata harus mencerminkan pola pertanian Indonesia baik secara tradisional maupun modern, hal ini akan menjadi

daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Sekitar lokasi wisata dapat disediakan berbagai jenis atraksi wisata atau kegiatan wisata sesuai dengan potensi sumber daya pertanian dan kebudayaan setempat.

Pengembangan agrowisata tidak bisa dilepaskan dari masyarakat di sekitar kawasan agrowisata, mengingat masyarakat lokal berperan besar dalam keberhasilan sebuah agrowisata. Pengembangan agrowisata pada prinsipnya akan menciptakan lapangan pekerjaan, karena usaha ini dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat pedesaan, sehingga dapat menahan atau mengurangi arus urbanisasi yang semakin meningkat saat ini (Maulida, 2019). Bagaimanapun, agrowisata juga merupakan kesempatan untuk mendidik orang banyak atau masyarakat tentang pertanian. Pemain kunci didalam agrowisata ini adalah petani dan selebihnya adalah pengunjung (wisatawan) dan pemerintah atau institusi. Peran mereka bersama dengan interaksi mereka adalah penting untuk menuju sukses dalam pengembangan agrowisata.

Prinsip-prinsip pengembangan agrowisata, menurut Wood (2000) dalam Raule, dkk (2020) adalah menekankan serendah-rendahnya dampak negatif terhadap alam dan kebudayaan yang dapat merusak daerah tujuan wisata, memberikan pembelajaran kepada wisatawan mengenai pentingnya suatu pelestarian, menekankan pentingnya bisnis yang bertanggung jawab yang bekerja sama dengan unsur pemerintah dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan penduduk lokal dan memberikan manfaat pada usaha pelestarian, mengarahkan keuntungan ekonomi secara langsung untuk tujuan pelestarian, manajemen sumberdaya alam dan kawasan yang dilindungi, memberikan penekanan pada kebutuhan zona pariwisata regional dan penataan serta pengelolaan tanam-tanaman untuk tujuan wisata di kawasan-kawasan yang ditetapkan untuk tujuan wisata tersebut, memberikan penekanan pada kegunaan studi-studi berbasis lingkungan dan sosial, dan program-program jangka panjang, untuk mengevaluasi dan menekan serendah-rendahnya dampak pariwisata terhadap lingkungan, mendorong usaha peningkatan manfaat ekonomi untuk negara, pebisnis, dan masyarakat lokal, terutama penduduk yang tinggal di wilayah sekitar kawasan yang dilindungi, berusaha untuk meyakinkan bahwa perkembangan pariwisata tidak

melampaui batas-batas sosial dan lingkungan yang dapat diterima seperti yang ditetapkan para peneliti yang telah bekerjasama dengan penduduk lokal, mempercayakan pemanfaatan sumber energi, melindungi tumbuh-tumbuhan dan binatang liar, dan menyesuaikanya dengan lingkungan alam dan budaya.

Dalam pengembangan agrowisata bukan sekedar hanya menikmati sumber daya alam dan indahnya perkebunan saja tetapi para wisatawan bisa menikmati berbagai macam atraksi-atraksi spesifik yang dilakukan oleh masyarakat dapat lebih ditonjolkan, namun tetap menjaga nilai estetika masyarakat lokal yang ada, dibuat sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan produk agrowisata yang menarik. Fasilitas pendukung wisatawan dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat modern, namun tidak mengganggu keseimbangan ekosistem yang ada.

Agar agrowisata dapat optimal dalam pengembangan berkelanjutan diharapkan produk agrowisata yang ditampilkan harus harmonis dengan lingkungan lokal spesifik yang dengan demikian membutuhkan dukungan dari masyarakat yang peduli terhadap sumberdaya wisata karena dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dari adanya kegiatan wisata sebagai suatu kesatuan dalam kehidupannya. Pelaksanaan agrowisata akan dapat meningkatkan kesejahteraan petani, pelestarian lingkungan alam dan menghambat niat petani untuk melakukan alih fungsi lahan.

Agrowisata merupakan sebuah pilihan penting yang berhubungan dengan prioritas sekarang dan yang akan datang, tujuan pengembangan berkelanjutan tersebut menghubungkan pertanian dan pariwisata. Strategi pertama untuk mengembangkan agrowisata dalam jangka pendek seharusnya memperhitungkan kebutuhan infrastruktur dan keamanan untuk wisatawan agrowisata, serta adanya kerjasama yang efektif dengan biro perjalanan untuk mempromosikan tempat-tempat pariwisata baru.

Pengembangan agrowisata sebagai pendekatan pembangunan pertanian dan pariwisata yang menempatkan masyarakat sebagai bagian yang tidak terpisahkan merupakan esensi dari pembangunan yang berbasis pada komunitas atau masyarakat yang sering disebut sebagai *Community Based Development*. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan

lahan, pendapatan petani diharapkan dapat ditingkatkan dan sekaligus melestarikan sumber daya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal yang umumnya sesuai dengan lingkungan kondisi alaminya. (Saputra, Muksin, & Muspita, 2018)

2.1.2.2 Strategi Pengembangan Agrowisata

Secara garis besar strategi pengembangan agrowisata meliputi beberapa aspek diantaranya sumber daya manusia, sumber daya alam dan promosi. Sumber daya manusia disini maksudnya adalah dimana pihak pekerja agrowisata memiliki kemampuan untuk mengelola agrowisata dengan baik. Hal ini dapat dilakukan dengan pelatihan dan pengembangan SDM yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pengetahuan dan keterampilan bagi para pekerja dalam berkomunikasi dengan wisatawan.

Sumber daya alam ini merupakan produk utama yang ditonjolkan dalam agrowisata yaitu kealamian atau keasrian lingkungan agrowisata dan menjadi salah satu produk yang ditawarkan agrowisata, dimana sumber daya alam ini dikelola oleh pekerja agrowisata agar dikemas dengan semenarik mungkin dengan tidak menghilangkan keaslian lingkungan agrowisata sehingga hal tersebut dapat menarik perhatian wisatawan yang datang. Selain itu dalam mengembangkan agrowisata perlu adanya promosi.

Promosi adalah kegiatan komunikasi dengan memberikan penjelasan tentang suatu barang atau jasa yang ditujukan untuk mempengaruhi, menarik perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan para konsumen. Promosi ini dilakukan terus-menerus baik melalui media cetak pamflet, brosur ataupun baliho dan juga melalui media sosial baik itu facebook, instagram maupun whatsapp. (Suwarso, 2021)

Strategi pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang, dan bertahap. Dapat dikatakan bahwa pengembangan pariwisata merupakan proses perubahan fisik maupun nonfisik suatu daya tarik maupun potensi wisata agar lebih menarik dan berkembang. Selaras dengan hal tersebut dikelompokkan empat kebutuhan dasar

yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata di tempat tujuan wisata yaitu: (1) angkutan, (2) akomodasi dan pangan, (3) daya tarik, dan (4) kemudahan. (Nurhadi, 2018).

2.1.2.3 Kriteria Vegetasi Untuk Agrowisata

Vegetasi adalah kumpulan dari tumbuhan atau spesies tumbuhan yang terdapat dalam suatu wilayah tertentu yang memperlihatkan pola distribusi menurut ruang dan waktu. Tumbuhan adalah bahan lanskap yang memengaruhi ukuran, bentuk, struktur, dan warna tumbuhan saat tumbuh. Dengan demikian, kualitas dan kuantitas ruang terbuka terus meningkat seiring dengan pertumbuhan tanaman. Ciri fisik tumbuhan dapat dilihat pada bentuk batang dan cabang, bentuk tajuk, massa daun, massa bunga, warna, tekstur, penekanan, tinggi dan kesunyian. (Sari, Wijaya, Mardana, & Hidayat, 2018)

Persyaratan umum tanaman yang akan ditanam di perkotaan antara lain tanaman yang nyaman dan tidak merugikan penduduk kota, dapat tumbuh di lingkungan dengan tanah yang tidak subur, udara dan air tercemar, tahan terhadap perusakan, memiliki akar yang dalam dan tidak mudah rontok, berdaun jangan jatuh, cepat tumbuh, memiliki nilai dekoratif dan arsitektural, dapat menghasilkan O₂ dan meningkatkan kualitas lingkungan perkotaan, mengutamakan penggunaan tumbuhan endemik atau lokal dan keanekaragaman hayati. Saat memilih vegetasi harus memperhatikan sifat dan kriteria kesesuaiannya, sehingga dapat diasumsikan dapat menciptakan suasana perkotaan yang bersih dan damai. Selain itu juga disesuaikan dengan kriteria kesesuaian yang meliputi fungsi, estetika, ekosistem, jenis tanah, iklim/iklim kawasan, pemeliharaan dan biologi tanaman yang mengisi taman.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Tabel 1.1 Penelitian Relevan

No	Aspek	Penelitian 1 (Skripsi)	Penelitian 2 (Jurnal)	Penelitian 3 (Skripsi)	Penelitian yang Dilakukan Peneliti
1	Penulis	Aprilia Natasya Br Surbakti	Asep Nurwanda	Andi Gofani Tanralili	Mutia Permatasari
2	Judul	Analisis Potensi Agrowisata di Kabupaten Karo	Analisis Potensi Agrowisata di Kabupaten Ciamis	Konsep Pengembangan Agrowisata Pada Kawasan Agropolitan di Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumba	Potensi Villa Bukit Hambalang Sebagai Objek agrowisata di Desa Hambalang, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor
3	Tahun	2021	2020	2019	2023
4	Intansi	Universitas Islam Negeri Sumatera Utara	Universitas Galuh	UIN Alauddin Makassar	Universitas Siliwangi
5	Rumusan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana potensi pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo? 2. Bagaimana strategi dalam pengembangan agrowisata di Kabupaten Karo? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana potensi pengembangan agrowisata di Kabupaten Ciamis? 2. Bagaimana fasilitas dalam menunjang pengembangan agrowisata di Kabupaten Ciamis? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seberapa besar potensi Kecamatan Gantarang pada kawasan agropolitan Kabupaten Bulukumba? 2. Bagaimana konsep pengembangan agrowisata pada kawasan Agropolitan di Kecamatan Gantarang Kabupaten Bulukumba? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi potensi agrowisata di Villa Bukit Hambalang di Desa Hambalang, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor? 2. Bagaimana upaya pengembangan agrowisata di Villa Bukit Hambalang di Desa Hambalang, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor?
6	Metode Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif dan Kuantitatif	Kuantitatif

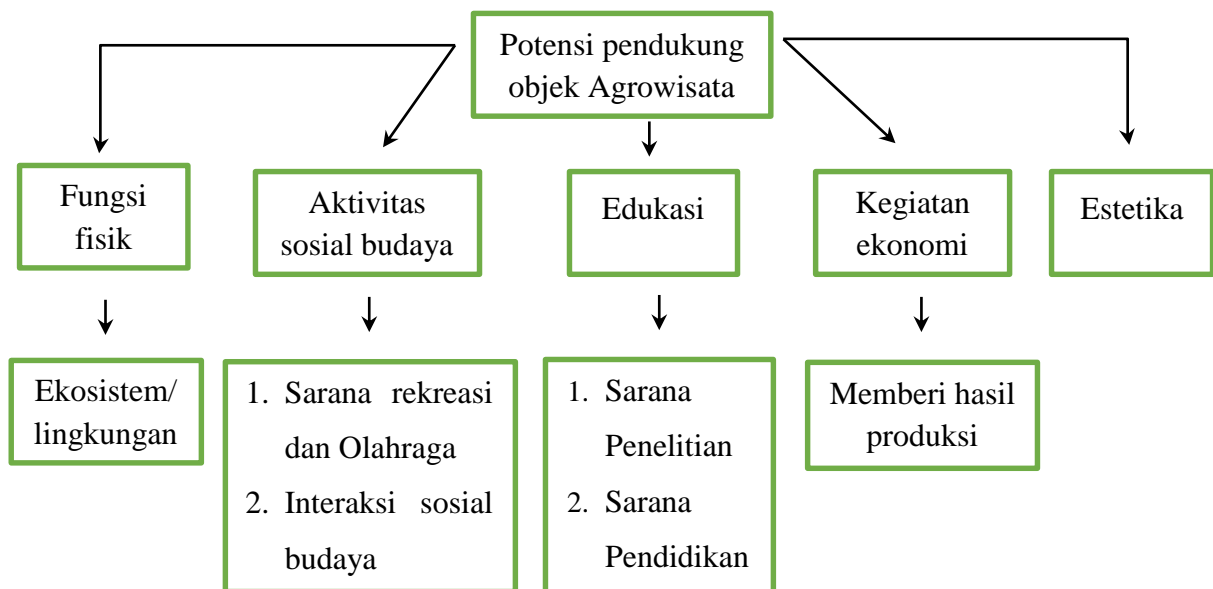
Sumber: Hasil Analisis, 2022

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan skema untuk menentukan hipotesis berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kajian teoritis. Adapun kerangka konseptual dari penelitian ini adalah:

2.3.1. Kerangka Konseptual I

Mengetahui Potensi apa saja yang mendukung objek agrowisata di Villa Bukit Hambalang di Desa Hambalang Kecamatan Citeureup Kabupaten Bogor yaitu:

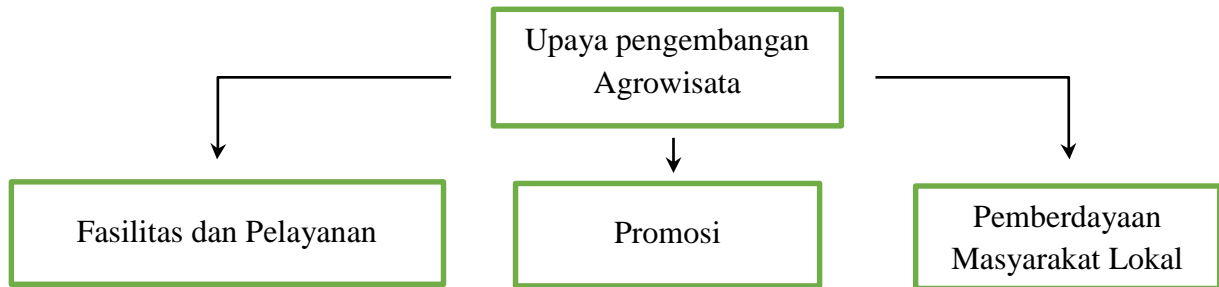


Gambar 2.1 Kerangka Konseptual I

Sumber: Hasil Analisis, 2022

2.3.2. Kerangka Konseptual II

Mengetahui upaya apa saja yang dilakukan dalam pengembangan agrowisata di Villa Bukit Hambalang di Desa Hambalang, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor dengan menggunakan skema:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual II

Sumber: Hasil Analisis, 2022

2.4 Hipotesis

Hipotesis umumnya diartikan sebagai jawaban atau dugaan sementara dari masalah yang akan diteliti, hipotesis yang disusun yakni jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji berdasarkan landasan teori yang kuat dan didukung hasil-hasil penelitian yang relevan (Hipo, 2015).

Dalam penelitian ini dikemukakan beberapa hipotesis berkenaan dengan masalah diatas, sebagai berikut:

1. Potensi apa saja yang mendukung objek agrowisata di Villa Bukit Hambalang di Desa Hambalang Kecamatan Citeureup Kabupaten Bogor adalah yaitu fungsi fisik, aktivitas sosial budaya, edukasi, kegiatan ekonomi dan estetika.
2. Upaya pengembangan agrowisata di Villa Bukit Hambalang di Desa Hambalang, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor dilihat dari adanya fasilitas dan pelayanan, promosi serta pemberdayaan masyarakat lokal.