

## **BAB 2**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Geografi Pariwisata**

Geografi adalah ilmu yang mempelajari interaksi antara manusia dengan alam dan lingkungan sekitarnya. Tiga konsep inti ilmu geografi adalah ruang (*spatial*), lingkungan (*ecological*) dan wilayah (*regional*). Geografi menekankan studi tentang variasi fenomena dari satu tempat ke tempat lain, menjelaskan hubungan antara peristiwa dan waktu yang berbeda di suatu tempat. Berbagai fenomena yang sebaran spasialnya dapat diidentifikasi dapat dipetakan, sehingga hubungan antar fenomena dan variasinya dapat dipelajari dengan menggunakan pendekatan, metode, dan alat analisis yang berbeda. (Baiquni, 2018)

Pariwisata merupakan kegiatan yang dinamis yang melibatkan dan juga mempengaruhi manusia serta menghidupkan berbagai industri (Tapatfeto A.K et al., 2018). Istilah pariwisata berasal dari bahasa sansekerta, terdiri dari kata “pari” dan “wisata”. Pari berarti diulang sedangkan wisata adalah perjalanan. Pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan dengan mengunjungi secara berulang-ulang dari satu tempat ke tempat lain. Siapapun yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk mengunjungi tempat lain dengan senang selama bepergian dan berkunjung disebut *traveler*. Sedangkan orang yang melakukan perjalanan lintas negara tanpa henti, meskipun perjalanannya sendiri berlangsung lebih dari 24 jam disebut *tourist* (Heryati, 2019).

Pariwisata merupakan salah satu objek materi geografi karena pariwisata termasuk dalam dimensinya. Dimensi ini meliputi interaksi manusia-lingkungan dan *landscape*, konservasi, manajemen lokasi dan lingkungan, persepsi ke lingkungan dan *sense of place*, dan *spatial behavior* dan mobilitas manusia. Dimensi objek material geografi yang menjadi inti dari pariwisata adalah mobilitas manusia. *World Tourism*

*Organization of the United Nations* (UNWTO) mengembangkan konsep pariwisata sebagai kegiatan perjalanan dari lingkungan asal ke lingkungan yang baru dan berbeda untuk melatih kegiatan wisata untuk bersantai (Baiquni, 2018)

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa geografi pariwisata adalah bagian dari geografi dan salah satu topik pembahasannya menitikberatkan untuk memahami pergerakan pariwisata, peningkatan pendapatan di bidang pariwisata komersial dan perencanaan proyek pembangunan baru (Baiquni, 2018)

## **2.1.2 Ruang Lingkup Pariwisata**

### **2.1.2.1 Pengertian Pariwisata**

Pariwisata merupakan kegiatan dinamis yang melibatkan banyak orang serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Arti dari istilah pariwisata belum banyak diungkapkan oleh para ahli bahasa dan pariwisata di Indonesia. Jelas bahwa kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, yaitu “pari” dan “wisata”. Pari berarti berkali-kali atau berputar-putar sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali (Isdarmanto, 2016).

Menurut Keputusan RI No. 19 Tahun 1969 kepariwisataan merupakan kegiatan jasa yang memanfaatkan kekayaan alam dan lingkungan hidup yang khas, seperti hasil budaya, peninggalan sejarah, pemandangan alam yang indah dan iklim yang nyaman. Pariwisata biasanya merupakan sesuatu yang kompleks yang tidak hanya mencakup perpindahan sementara orang ke tujuan yang berbeda dari tempat tinggal aslinya, tetapi juga organisasi dan pelaksanaan kegiatan mereka, serta fasilitas dan layanan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan mereka (Baiquni, 2018)

### **2.1.2.2 Jenis dan Macam Pariwisata**

Untuk perencanaan dan pengembangan pariwisata itu sendiri perlu dibedakan antara pariwisata dengan pariwisata lainnya.

Sehingga jenis pariwisata yang dikembangkan dan jenis pariwisata yang diharapkan oleh pariwisata itu sendiri. Pariwisata sebagai suatu gejala terdapat dalam beberapa bentuk (Suwena & Widyatmaja, 2017), antara lain

a. Menurut letak geografis dibedakan menjadi :

- 1) Pariwisata local (*local tourism*) adalah bentuk wisata yang lebih sempit dan terbatas pada lokasi tertentu, seperti kepariwisataan kota Bandung
- 2) Pariwisata regional (*regional tourism*) adalah kegiatan wisata yang berkembang di suatu kawasan tertentu, yang dapat bersifat regional dalam lingkungan nasional maupun internasional. Misalnya pariwisata di Bali, Yogyakarta dll.
- 3) Pariwisata nasional (*national tourism*) adalah bentuk pariwisata yang dikembangkan di wilayah negara yang pesertanya tidak hanya warga negara sendiri, tetapi juga orang asing yang tinggal di negara tersebut. misalnya pariwisata di suatu wilayah Indonesia
- 4) Pariwisata regional-internasional adalah kegiatan wisata yang berkembang dalam kawasan internasional yang terbatas tetapi melintasi perbatasan lebih dari dua atau tiga negara dalam kawasan tersebut. Misalnya kepariwisataan asean
- 5) Pariwisata internasional (*international tourism*) adalah kegiatan wisata yang ada atau sedang dikembangkan di banyak negara di dunia

b. Menurut pengaruhnya terhadap neraca pembayaran

- 1) Pariwisata aktif (*in bound tourism*) adalah kegiatan wisata yang ditandai dengan gejala kedatangan wisatawan mancanegara di suatu negara. Hal ini tentu saja menerima kontribusi mata uang asing dari negara tuan rumah itu sendiri, yang memperkuat neraca pembayaran negara-negara yang dikunjungi wisatawan. untuk mengetahui

2) Perjalanan pasif (*out going tourism*) adalah kegiatan wisata yang ditandai dengan gejala kepergian warga negaranya sendiri yang melakukan perjalanan ke luar negeri sebagai wisatawan. Diukur dari perolehan devisa negara, kegiatan ini merugikan negara asal wisatawan karena uang yang dikeluarkan ke luar negeri

c. Menurut alasan/tujuan perjalanan terdiri dari :

- 1) *Business tourism* yaitu jenis wisata yang pengunjungnya datang untuk keperluan dinas, bisnis atau pekerjaan, kongres, seminar dan keperluan lainnya.
- 2) *Vocational tourism* adalah jenis wisata dimana orang-orang yang melakukan perjalanan, liburan, berlibur, dll.
- 3) *Educational tourism* suatu bentuk wisata dimana pengunjung atau orang-orang berwisata untuk belajar atau mempelajari suatu disiplin ilmu. Misalnya study tour
- 4) *Familiarization tourism* tujuannya adalah untuk lebih mengenal daerah atau daerah yang berhubungan dengan pekerjaannya
- 5) *Scientific tourism* perjalanan wisata yang tujuan utamanya adalah untuk memperoleh informasi atau mempelajari suatu ilmu pengetahuan
- 6) *Special mission tourism* adalah perjalanan wisata yang dilakukan untuk tujuan tertentu, misalnya kesenian, olahraga dan tugas lainnya
- 7) *Hunting tourism* adalah kunjungan wisata yang tujuannya untuk menyelenggarakan perburuan satwa yang disahkan oleh pemerintah setempat sebagai hiburan semata

d. Menurut objeknya terdiri dari :

- 1) *Cultural tourism* suatu bentuk wisata dimana wisatawan didorong untuk melakukan perjalanan melalui daya tarik seni dan budaya suatu tempat atau daerah

- 2) *Recuperational tourism* yaitu jenis wisata yang motivasi wisatawan berwisata adalah untuk menyembuhkan penyakit seperti pemandian air panas, mandi lumpur, dll.
  - 3) *Commercial tourism* adalah bentuk pariwisata di mana motivasi wisatawan terkait dengan perdagangan domestik dan internasional.
  - 4) *Sport tourism* yaitu jenis wisata yang motivasi wisatawannya melakukan perjalanan adalah untuk melihat atau mengalami suatu peristiwa olahraga di suatu tempat atau negara tertentu.
  - 5) *Political tourism* suatu bentuk pariwisata yang motivasi wisatawan untuk berwisata adalah untuk melihat atau menghadiri satu atau lebih peristiwa yang berkaitan dengan kegiatan suatu negara. Misalnya, menghadiri peringatan hari kemerdekaan negara tersebut
  - 6) *Social tourism* daerah yaitu bentuk wisata yang penyelenggaraannya tidak bertujuan mencari keuntungan, misalnya. study tour, piknik dan lain-lain
  - 7) *Religion tourism* yaitu jenis wisata yang motivasi wisatawannya berwisata adalah untuk melihat atau menyaksikan upacara keagamaan seperti upacara Bali Krama di Besakih, haji dan umroh bagi agama islam dan lain-lain
  - 8) *Marine tourism* adalah kegiatan wisata yang didukung oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam dan olahraga lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum
- e. Menurut waktu
1. *Seasonal tourism* yaitu jenis wisata yang terjadi pada waktu-waktu tertentu dalam setahun. Misalnya wisata musim panas, wisata musim dingin dan lain-lain.

2. *Occasional tourism* yaitu jenis wisata yang perjalanan wisatanya berkaitan dengan peristiwa atau kejadian. Misalnya Sekaten di Yogyakarta, Nyepi di Bali dan lain-lain

### **2.1.2.3 Potensi Wisata**

Potensi adalah suatu kemampuan, kekuatan dan kesanggupan untuk berbuat sesuatu yang menawarkan kesempatan untuk berkembang menjadi bentuk yang lebih besar melalui pembangunan untuk kepentingan masyarakat (Haryati & Grita Wuka, 2021). Potensi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat pada suatu daerah tujuan wisata dan merupakan daya tarik yang memotivasi orang untuk mengunjungi suatu tempat (Purnama et al., 2018)

Secara garis besar macam-macam potensi pariwisata terdapat tiga macam (Arianti et al., 2019), yaitu :

1. Potensi alam atau daya tarik wisata alam

Potensi wisata alam mengacu pada kondisi dan jenis flora dan fauna daerah, lanskap seperti pantai, hutan, pegunungan dan lain (keadaan fisik kawasan). Keunggulan dan keunikan yang dimiliki oleh alam jika dikembangkan dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan wilayah sekitarnya pasti menarik wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Wisata alam dapat dipahami sebagai suatu bentuk rekreasi dan wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan ekosistemnya baik dalam bentuk aslinya maupun dipadukan dengan kreativitas manusia. Destinasi wisata alam adalah alam dan ekosistemnya, tetapi merupakan kombinasi asli dan lanjutan dari kreativitas manusia yang menarik wisatawan untuk melihat dan berkunjung (Suwena & Widyatmaja, 2017).

2. Potensi wisata kebudayaan

Potensi wisata budaya terkait dengan semua hasil cipta, karya, rasa dan karsa manusia baik itu adat istiadat kreasi selera dan karsa manusia berupa adat istiadat, kerajinan tangan,

kesenian, peninggalan sejarah berupa bangunan seperti monumen dan candi. Wisata budaya adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata yang terdiri dari peninggalan sejarah, cagar budaya, kampung adat, makam raja-raja, museum dan sanggar tari/sanggar seni. (Farha et al., 2019)

### 3. Potensi wisata buatan

Potensi wisata manusia juga menjadi tujuan wisata secara bertahap seperti tarian, pagelaran atau pagelaran budaya suatu daerah (Arianti et al., 2019)

Penjabaran tentang macam-macam potensi wisata atau jenis-jenis daya tarik wisata senada dengan pendapatnya (Pujaastawa & Arida, 2015), sebagai berikut :

#### 1. Daya tarik wisata alam

Secara garis besar jenis-jenis daya tarik wisata alam dapat dibedakan menjadi :

- a. Daya tarik wisata alam berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah perairan laut. Diantaranya adalah bentang pesisir pantai seperti Pantai Pangandaran, bentang laut seperti Kepulauan Seribu kemudian kolam air dan dasar laut seperti Raja Ampat, Taman Laut Bunaken dan sebagainya
- b. Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah daratan. Diantaranya adalah pegunungan dan hutan alam atau taman nasional seperti Taman Nasional Komodo, perairan sungai dan danau seperti danau Toba, perkebunan seperti agro wisata Gunung Mas, pertanian seperti area persawahan Ubud serta bentang alam khusus seperti Karst Gunung Kidul dan Gumuk pasir

## 2. 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 :

- a. Cagar budaya, meliputi :
  - a) Benda cagar budaya, yaitu benda alam atau benda buatan manusia baik itu bergerak maupun tidak bergerak yang memiliki kaitan dengan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia
  - b) Bangunan cagar budaya, yaitu bangunan yang terbuat dari benda alam atau buatan manusia, dengan dan/atau tanpa dinding dan atap, yang memenuhi persyaratan ruang
  - c) Struktur cagar budaya, adalah bangunan yang dibangun dari benda alam dan/atau benda buatan manusia yang memenuhi kebutuhan ruang operasional, ruang dan prasarana yang menyatu dengan alam dan memenuhi kebutuhan manusia
  - d) Situs cagar budaya adalah suatu tempat di darat dan/atau laut yang mengandung cagar budaya, cagar budaya dan/atau cagar budaya yang merupakan hasil kegiatan manusia atau bukti peristiwa masa lalu
  - e) Kawasan cagar budaya adalah kesatuan ruang yang paling sedikit memiliki 2 (dua) cagar budaya yang letaknya berdekatan dan/atau memiliki ciri khas kawasan.
- b. Perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas. Seperti Kampung Naga, perkampungan Suku Baduy dan lain sebagainya
- c. Museum seperti Museum Nasional dan Museum Bahari.

### 3. 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 diluar ranah wisata alam dan wisata budaya. Daya tarik wisata hasil buatan manusia/khusus selanjutnya dapat dijabarkan antara lain :

- a. 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)
- b. 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
- c. Fasilitas rekreasi dan olahraga, seperti kawasan rekreasi dan olahraga Senayan, kawasan padang golf, dan area sirkuit olahraga

#### **2.1.2.4 Pengembangan Pariwisata**

Pengembangan pariwisata dapat didefinisikan sebagai upaya untuk meningkatkan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata, tamasya, dan rekreasi sedemikian rupa sehingga menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi masyarakat yang mengkonsumsinya. Dalam buku Perencanaan dan Pembangunan Pariwisata tahun 1997 oleh Oka A. Yoet, yang ditulis berdasarkan UU No. Pasal 2 Pedoman 9 Tahun 1990 tentang Pokok-Pokok Kepariwisata menyatakan bahwa penyelenggaraan atau pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk memperkuat, mempertahankan, dan meningkatkan kualitas daerah tujuan wisata. Ada beberapa aspek

yang perlu diperhatikan yaitu wisatawan, transportasi, atraksi, pelayanan, informasi dan promosi (Mulya & Yudana, 2018)

Pembangunan kepariwisataan berarti segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan dan menyediakan segala prasarana, barang dan jasa serta fasilitas yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Pengembangan pariwisata dapat diartikan sebagai upaya untuk melengkapi atau meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan oleh masyarakat (Chaerunissa & Yuniningsih, 2020)

#### **2.1.2.5 Komponen Pariwisata**

Wisatawan yang bepergian ke Daerah Tujuan Wisata (DTW) mereka membutuhkan kebutuhan dan pelayanan yang berbeda mulai dari keberangkatan hingga kembali ke tempat tinggalnya. Pariwisata sangat erat kaitannya dengan kehidupan kita sehari-hari. Seperti halnya setiap hari, wisatawan juga membutuhkan makanan dan minuman, akomodasi, dan transportasi untuk pergi dari satu tempat ke tempat lain. Untuk memenuhi kebutuhan dan layanan tersebut. Daerah Tujuan Wisata harus didukung empat komponen utama atau yang dikenal dengan istilah 4A yaitu atraksi (*attraction*), fasilitas (*amenitas*), pendukung (*access*) dan pelayanan (*ancillary service*) (Suwena & Widyatmaja, 2017) uraian dari masing-masing komponen diuraikan sebagai berikut :

##### 1) *Attraction* (atraksi)

Atraksi merupakan bagian penting dari objek wisata, ada banyak alasan mengapa orang bepergian ke wilayah tersebut. Paling sering tentang mengenal kehidupan sehari-hari penduduk setempat, menikmati keindahan alam, menyaksikan budaya yang unik atau belajar tentang sejarah daerah tersebut. Pada dasarnya wisatawan datang untuk menikmati hal-hal yang tidak mereka temukan dalam kehidupan sehari-hari. Suatu daerah atau tempat dapat menjadi tujuan wisata hanya jika kondisinya tepat untuk

menjadi tujuan wisata. Apa yang dapat digunakan untuk mengembangkan destinasi wisata itulah yang disebut dengan modal atau sumber daya pariwisata.

Atraksi disebut juga objek dan daya tarik wisata yang diminati oleh wisatawan. Untuk menemukan potensi kepariwisataan di suatu daerah, orang harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan yaitu daya tarik wisata alami, daya tarik wisata budaya dan daya tarik minat khusus.

2) *Amenitas* (fasilitas)

Secara umum, amenitas mengacu pada segala macam sarana dan prasarana yang dibutuhkan wisatawan di suatu destinasi wisata. Fasilitas pariwisata juga berhubungan dengan kenyamanan wisatawan pada saat berkunjung ke objek wisata tersebut. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti penginapan (*accommodation*), rumah makan (*restaurant*), transportasi dan agen perjalanan.

3) *Accessibility* (aksesibilitas)

Jalan masuk atau pintu masuk utama suatu daerah tujuan wisata merupakan pintu gerbang yang penting bagi kegiatan pariwisata. Bandara, pelabuhan, terminal dan semua layanan transportasi lainnya merupakan jaringan transportasi penting dalam pariwisata. Di sisi lain, akses disamakan dengan transferabilitas yaitu kemudahan berpindah dari satu area ke area lain

4) *Ancillary* (pelayanan)

Ancillary service atau pelayanan tambahan atau sering disebut jasa pelengkap yang harus ditawarkan pemerintah daerah dari daerah tujuan kepada wisatawan dan penyelenggara pariwisata. Layanan yang ditawarkan meliputi pemasaran, pembangunan fisik (jalan, kereta api, air minum, listrik, telepon,

dll) dan koordinasi semua kegiatan dan peraturan perundang-undangan baik di daerah tujuan wisata maupun di jalan raya

#### **2.1.2.6 Pengelolaan Pariwisata**

Mengingat pentingnya pariwisata bagi perekonomian suatu negara, maka pariwisata harus dikelola dengan sebaik-baiknya agar benar-benar dapat membawa kesejahteraan bagi masyarakat. Pengelolaan juga bisa didefinisikan sebagai proses perencanaan, pelaksanaan kebijakan dan pemanfaatan sumber daya alam yang terkandung di dalamnya secara berkelanjutan. Pengelolaan dapat diartikan sebagai suatu proses penyusunan dan pengambilan keputusan secara rasional tentang pemanfaatan segenap sumberdaya alam yang terkandung didalamnya secara berkelanjutan (Rudy & Mayasari, 2019). Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 26 Tahun 2007 menyatakan bahwa pengelolaan berarti suatu proses perencanaan, pemanfaatan dan pengendalian pemanfaatan.

Pengelolaan kepariwisataan melibatkan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, pihak swasta dan masyarakat yang diharapkan ikut berpartisipasi. Prinsip pengelolaan yang intinya menekankan pada nilai-nilai melestarikan lingkungan alam masyarakat dan nilai sosial yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisatanya secara bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas lokal (Rudy & Mayasari, 2019)

#### **2.1.2.7 Promosi Pariwisata**

Promosi merupakan istilah yang sering digunakan dalam pemasaran. Dalam dunia pemasaran, promosi adalah suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang ataupun perusahaan kepada masyarakat luas. Tujuan dari promosi tersebut untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dan mempengaruhi mereka untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Promosi merupakan suatu kegiatan yang ditujukan agar dapat meningkatkan

perkembangan sesuatu, baik itu merk, produk atauoun perusahaan itu sendiri

Sedangkan promosi pariwisata berkaitan dengan kegiatan komunikasi dan publikasi untuk membangun citra mengenai destinasi dan atraksi wisata. Dengan bantuan promosi pariwisata, berbagai cara dan media dapat digunakan untuk menyebarkan potensi suatu daerah tujuan wisata sehingga memperkuat citra tempat dan daya tarik wisata. Pada dasarnya, keputusan wisatawan memilih sebuah destinasi wisata didasarkan pada isu-isu eksternal yang tidak berada di luar industri pariwisata itu sendiri. Citra atau image tersebut dibangun diantaranya oleh pemberitaan media, film, buku dan pendidikan (Asri, Nuryah Sj & Basith, 2017)

#### **2.1.2.8 Sarana Prasarana Pariwisata**

##### 1) Sarana pariwisata

Sarana pariwisata adalah segala fasilitas yang keberadaannya dapat menghidupkan prasarana kepariwisataan sehingga wisatawan merasa kebutuhannya dapat terpenuhi. Sarana wisata merupakan fasilitas pelengkap yang ada di daerah tujuan wisata yang keberadaannya dibutuhkan oleh wisatawan sehingga wisatawan dapat menikmati kegiatan wisatanya (Mulya & Yudana, 2018). Sarana pariwisata dapat dibagi kedalam tiga bagian penting (Istiqomah & Priyatmono, 2020) yaitu :

- a. sarana pokok kepariwisataan meliputi perusahaan akomodasi, perusahaan travel agent, perusahaan transportasi dan restaurant/tempat makan
- b. sarana pelengkap pariwisata meliputi sarana ketangkasan dan sarana olahraga
- c. sarana penunjang kepariwisataan meliputi perusahaan night club dan perusahaan tempat karaoke

## 2) Prasarana pariwisata

Prasarana kepariwisataan adalah sumber daya manusia dan alam yang mutlak atau diperlukan wisatawan dalam perjalanan menuju suatu daerah tujuan wisata. Seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, dan lain-lain. Pengembangan destinasi wisata dan infrastruktur (Istiqomah & Priyatmono, 2020). Prasarana dikelompokkan sebagai berikut:

- a. Prasarana umum meliputi jaringan air bersih, jaringan jalan, jaringan listrik, drainase, sistem persampahan, jaringan telekomunikasi, toilet dan tempat ibadah
- b. Prasarana penunjang meliputi tempat pengobatan, apotik dan perbankan

### **2.1.3 Faktor-Faktor yang Mendukung Pengembangan Kawasan Wisata**

Obyek wisata adalah sesuatu yang dapat dilihat, dinikmati, dan menimbulkan kesan tersendiri yang dihitung oleh sarana prasarana yang memadai. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa wisatawan sangat mengharapkan objek wisata yang tujuannya bisa memuaskan kegiatan pariwisata wisatawan yang mengunjungi obyek wisata tersebut. Faktor-faktor yang mendukung dan sangat menentukan bagi perkembangan pariwisata (Bakaruddin, 2008) yaitu :

#### 1. Atraksi wisata

Atraksi merupakan faktor terpenting yang menentukan keberhasilan suatu destinasi wisata. Destinasi wisata bisa berupa wisata alam, sejarah, budaya, kearifan lokal atau belanja. Destinasi wisata dengan pemandangan yang beragam dan menarik menjadi daya tarik pengunjung (Bakaruddin, 2008). Atraksi wisata adalah daya tarik utama bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Atraksi memiliki dua fungsi yaitu sebagai daya tarik untuk mempromosikan wisata dan membuat pengunjung senang (Candranegara et al., 2021).

## 2. Aksesibilitas

Aksesibilitas Merupakan hal urgen tentang segala macam transportasi ataupun jasa yang menjadi akses penting dalam pariwisata. Akses ini dikaitkan dengan transferabilitas yang memudahkan pergerakan dari daerah satu ke daerah lainnya, seperti: bandara, jalan raya atau pelabuhan (Bakaruddin, 2008). Aksesibilitas adalah salah satu elemen kunci dari suatu produk karena mendorong pasar potensial menjadi pasar yang sebenarnya. Aksesibilitas mencakup transportasi di dalam, di antara dan di dalam (daerah) serta di dalam wilayah dan kemudahan akses informasi tentang tujuan perjalanan (Suwena & Widyatmaja, 2017)

## 3. Infrastruktur

Komponen pendukung lainnya adalah infrastruktur yang bersifat tidak langsung mendukung kelancaran kegiatan pariwisata Misalnya air, jalan, listrik, pelabuhan, bandara, pengolahan limbah dan sampah. Meski tidak semua destinasi wisata memiliki komponen pendukung yang baik, namun kawasan tersebut tetap dapat menarik wisatawan untuk berkunjung karena terdapat hal-hal unik yang hanya dapat ditemukan atau dilihat disana (Suwena & Widyatmaja, 2017)

## 4. Akomodasi

Akomodasi adalah sarana untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya (Bakaruddin, 2008). Jenis-jenis akomodasi dibedakan berdasarkan strategi pengelolaan dan pemasarannya (Isdarmanto, 2016), yaitu :

- a) Hotel adalah jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk akomodasi, makan dan minum, serta layanan lain yang dioperasikan secara komersial untuk umum.
- b) Motel yaitu sejenis akomodasi yang biasanya terdapat di antara dua kota besar, tempat para pengendara mobil dapat beristirahat

sesudah perjalanan jauh dan baru meneruskan perjalanannya pada keesokan harinya mobil pemilik dapat diparkir dekat kamar.

- c) *Guest house* merupakan akomodasi yang mempunyai fasilitas sederhana. Termasuk dalam jenis ini, di Indonesia dikenal dengan nama Pondok Wisata
- d) *Homestay* merupakan akomodasi yang berasal dari rumah yang sarana dan prasarannya sudah diperbaiki, sehingga memenuhi persyaratan kesehatan yang disewakan kepada wisatawan
- e) *Camping ground* adalah area wisata yang sangat cocok dan aman untuk mendirikan tenda-tenda untuk melakukan *camping* atau berkemah bersama kelompoknya.

#### **2.1.4 Faktor-Faktor yang Menghambat Pengembangan Objek Wisata**

Pada saat mengembngkan objek wisata tidak terlepas dari keadaan pihak yang dapat menghambat keberlanjutan pembangunan pariwisata di suatu daerah maupun negara. Faktor penghambat adalah keadaan yang dapat menyebabkan hal tersebut menghambat atau menggagalkan aktivitas, bisnis, usaha atau produk apapun. Pengembangan objek wisata tidak terlepas dari faktor-faktor penghambat (Tapatfeto A.K et al., 2018), seperti :

- 1) Kurangnya prioritas pembangunan pemerintah kabupaten terhadap sektor pariwisata
- 2) Kurangnya kuantitas dan spesialisasi sumberdaya manusia pada dinas terkait
- 3) Kurangnya kerjasama 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

### 2.1.5 Sapta Pesona

Daya tarik wisata yang terdiri dari alam, budaya serta aktivitas manusia harus menjadi modal dasar pengembangan pariwisata dengan meningkatkan citra pariwisata di Indonesia melalui sapta pesona. Sapta Pesona merupakan elemen penting dalam pengembangan suatu destinasi wisata. Citra dan kualitas wisata suatu kawasan atau destinasi pada dasarnya ditentukan oleh keberhasilan implementasi sapta pesona di kawasan tersebut (Nasution et al., 2020).

Sapta pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan kenangan (Nasution et al., 2020). Didefinisikan sebagai berikut:

a. Aman

Adalah keadaan lingkungan suatu objek wisata atau tujuan wisata yang menimbulkan rasa tenang, bebas dari rasa takut dan khawatir ketika mereka melakukan perjalanan atau mengunjungi suatu kawasan wisata. Cara pengoperasian itu antara lain harus dilakukan dengan sikap yang tidak mengganggu kenyamanan wisatawan

b. Tertib

Merupakan suatu kondisi lingkungan dan pelayanan di destinasi pariwisata/daerah tujuan wisata yang mencerminkan sikap disiplin yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur serta efisien sehingga memberikan rasa nyaman dan kepastian bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan antara lain mewujudkan budaya antri, memelihara lingkungan dengan mentaati peraturan yang berlaku, disiplin waktu dan serba jelas, teratur, rapi dan lancar

c. Bersih

Suatu kondisi lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan di daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang sehat sehingga memberikan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan

dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan antara lain tidak membuang sampah sembarangan, menjaga kebersihan lingkungan objek wisata dan menjaga lingkungan yang bebas dari polusi udara

d. Sejuk

Suatu ruang yang menghadirkan kondisi sejuk dan teduh di suatu destinasi wisata yang memberikan rasa nyaman bagi wisatawan saat berkunjung ke kawasan tersebut.

e. Indah

Suatu keadaan destinasi wisata yang mencerminkan kondisi yang indah dan menarik serta memberikan kesan yang mendalam bagi wisatawan untuk melihat potensi kunjungan berulang dan mendorong perkembangan pasar wisata yang lebih luas.

f. Ramah

Keadaan lingkungan yang dihasilkan dari sikap masyarakat di daerah tujuan wisata yang mencerminkan suasana akrab dan terbuka.

g. Kenangan

Sebuah pengalaman tak terlupakan di sebuah destinasi wisata yang akan membawa rasa gembira dan kenangan indah bagi para wisatawan. Menyajikan makanan dan minuman khas daerah yang bersih dan sehat serta *souvenir* yang menarik, unik/berbeda dan mudah digunakan.

### 2.1.6 Situ

1) Pengertian Situ

Situ merupakan wilayah perairan umum yang relatif kecil tetapi tersebar di berbagai wilayah. Sebagian situ berada dekat dengan wilayah pemukiman dan menjadi bagian penting dalam pengendalian banjir (Arnowo, 2020). Danau-danau kecil dan dangkal di daerah Jawa Barat dikenal dengan istilah situ, sedangkan dalam dialek Betawi dikenal dengan nama setu. Pengertian situ berdasarkan Keputusan Presiden No. 114 tahun 1999 tentang

Penataan Ruang Kawasan Bogor Puncak Cianjur dinyatakan bahwa situ merupakan suatu tempat penampungan air atau suatu wadah genangan air diatas tanah yang terbentuk secara alami maupun buatan, yang air nya berasal dari dari tanah atau air permukaan sebagai siklus hidrologi yang potensial dan merupakan salahsatu bentuk kawasan lindung (Fachrul et al., 2023)

Ditinjau dari sudut ekosistem, situ merupakan salah satu bentuk ekosistem lahan basah. Definisi ekosistem lahan basah menurut Konvensi Ramsar yaitu meliputi daerah-daerah rawa, payau, lahan gambut, perairan alami atau buatan, perairan tetap atau sementara dengan air yang tergenang atau air yang mengalir, tawar, payau atau asin, termasuk wilayah perairan laut yang kedalamannya tidak lebih dari enam meter pada waktu air surut (Syafei, 2018).

## 2) Fungsi dan manfaat situ

### a. Fungsi

Situ memiliki fungsi yang penting antara lain bisa menjadi tempat parkir air dan sekaligus bisa berfungsi sebagai kawasan resapan. Situ juga memiliki fungsi untuk mengurangi volume air permukaan (*run off*) yang tak tertampung dan menjadi penyebab banjir/genangan. Pada kondisi tertentu, situ dapat berfungsi sebagai pembangkit listrik. pengimbuah (*recharge*) air pada cekungan air tanah serta penahan intrusi air asin.

### b. Manfaat

Manfaat badan air situ secara ekologis adalah sebagai system penyerapan air dan tondon air serta keberlangsungan proses ekologis didalamnya. Manfaat sosial ekonomi juga sebagai cadangan sumber air bersih, perlindungan banjir, irigasi, sumber protein dan perikanan darat, sebagai sarana hiburan atau wisata dll. Secara umum manfaat ekosistem situ/danau (Syafei, 2018), meliputi :

- 1) Pengaturan fungsi hidrologis, mempengaruhi iklim mikro dan keseimbangan ekosistem di sekitarnya
- 2) Habitat tumbuhan dan satwa, beragam jenis tumbuhan dan satwa hidup dan berkembang, bahkan beberapa jenis termasuk endemik dan dilindungi
- 3) Penghasil sumberdaya hayati, meliputi sumberdaya perikanan dan pertanian yang memberikan manfaat bagi penduduksekitar
- 4) Penghasil energy, di beberapa danau besar banyak digunakan untuk pembangkit tenaga listrik
- 5) Irigasi pertanian, irigasi pertanian digunakan untuk mengairi pesawahan
- 6) Sarana wisata dan olahraga, berbagai kegiatan olahraga dapat berlangsung seperti pemancingan, ski air, dayung, berlayar. Pemandangan yang indah dapat menarik wisatawan untuk mengunjunginya, seperti Danau Toba
- 7) Sarana pendidikan dan penelitian, ekosistem danau merupakan kajian yang menarik bagi berbagai disiplin ilmu seperti dalam kajian ilmu biologi, limnology, geomorfologi dll

## 2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

**Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan**

No	Aspek	Penelitian 1 (Jurnal)	Penelitian 2 (Skripsi)	Penelitian 3 (Skripsi)	Penelitian yang Dilakukan
1	Penulis	Anti Riyanti & Lia Afriza	Muhammad Andhika Juniarta	Irfan Fauzan M Y	Fanisa Salsabilla
2	Judul	Pengembangan Situ Cipanten Berbasis Ekowisata di Kabupaten Majalengka	Identifikasi Potensi Situ Denuh Sebagai Objek Wisata di Desa Cikuya Kecamatan	Potensi Wisata Religi Situ Lengkong dalam Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi	Potensi Situ Wulukut Sebagai Objek Wisata Alam di Desa Kertayuga Kecamatan

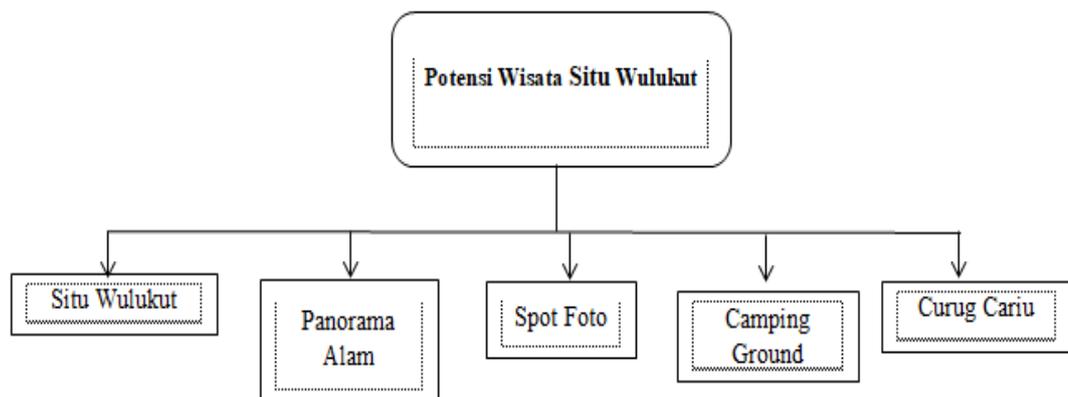
			Culamega Kabupaten Tasikmalaya	Masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Ciamis	Nusaherang Kabupaten Kuningan
3	Tahun	2019	2020	2021	2023
4	Instansi	STIEPAR YAPARI	Universitas Siliwangi	IAIN Syekh Nurjati Cirebon	Universitas Siliwangi
5	Rumusan Masalah	<p>1. Bagaimana kondisi existing daya tarik wisata Situ Cipanten Kabupaten Majalengka?</p> <p>2. Bagaimana pengembangan daya tarik wisata Situ Cipanten Kabupaten Majalengka?</p>	<p>1. Potensi apa saja yang dimiliki Situ Denuh sebagai objek wisata di Desa Cikuya Kecamatan Culamega Kabupaten Tasikmalaya</p> <p>2. Faktor-faktor penghambat Situ Denuh sebagai objek wisata di Desa Cikuya Kecamatan Culamega Kabupaten Tasikmalaya</p>	<p>1. Potensi apa saja yang berada di wisata ziarah Situ Lengkong?</p> <p>2. Bagaimana upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi dari wisata?</p> <p>3. Bagaimana dampak wisata terhadap PAD Kab. Ciamis?</p>	<p>1. Apa saja potensi yang terdapat di Situ Wulukut sebagai objek wisata alam di Desa Kertayuga Kecamatan Nusaherang Kabupaten Kuningan?</p> <p>2. Faktor-faktor yang mendukung pengembangan objek wisata alam Situ Wulukut di Desa Kertayuga Kecamatan Nusaherang Kabupaten Kuningan?</p>

6	Metode Penelitian	Deskriptif Kualitatif	Deskriptif Kuantitatif	Deskriptif Kuantitatif	Deskriptif Kuantitatif
---	----------------------	--------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------

### 2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dan juga tujuan penelitian ini dengan didukung pula kajian teoritis serta tinjauan dari penelitian yang relevan, Kerangka konseptual pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 2.3.1 Kerangka Konseptual I

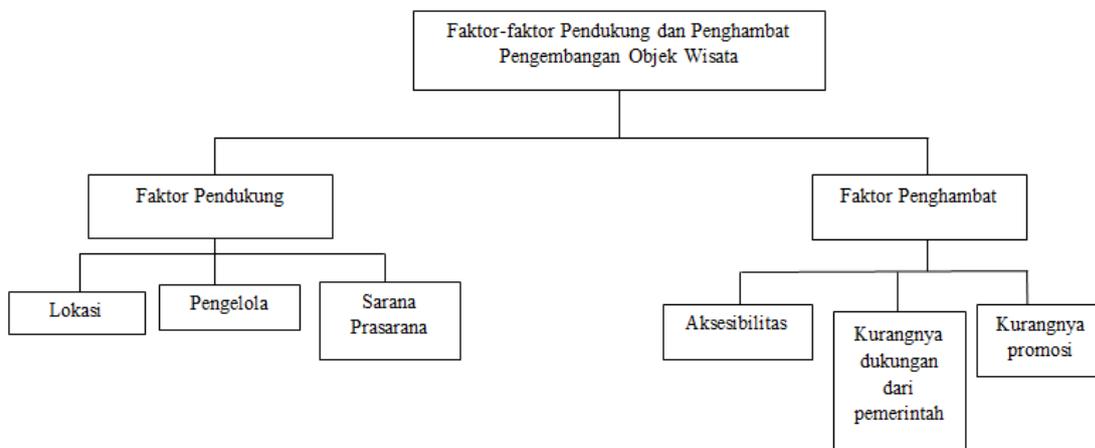


*Sumber : (Arianti et al., 2019)*

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual I**

Kerangka konseptual yang pertama didasarkan pada rumusan masalah yang pertama yaitu “Potensi apa saja yang terdapat di Situ Wulukut sebagai objek wisata di Desa Kertayuga Kecamatan Nusaherang Kabupaten Kuningan”. Potensi yang terdapat di Situ Wulukut sebagai objek wisata alam yaitu Situ Wulukut, panorama alam, spot foto, *camping ground*, dan Curug Cariu.

### 2.3.2 Kerangka Konseptual II



*Sumber : (Bakaruddin, 2008)*

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Konseptual II**

Kerangka konseptual yang kedua berdasarkan pada rumusan masalah yang kedua yaitu “Faktor-faktor pendukung dan penghambat pengembangan potensi Situ Wulukut sebagai objek wisata di Desa Kertayuga Kecamatan Nusaherang Kabupaten Kuningan”. Faktor-faktor yang mendukung pengembangan potensi Situ Wulukut sebagai objek wisata yaitu lokasi, pengelola dan sarana prasarana. Sedangkan faktor penghambat meliputi aksesibilitas, kurangnya dukungan dari pemerintah dan kurangnya promosi.

### 2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan awal dari peneliti melakukan penelitian. Didalam hipotesis memiliki variabel yang hendak diteliti. Pernyataan hipotesis memusatkan peneliti untuk memastikan desain penelitian, metode pengambilan sampel, pengumpulan serta tata cara analisis data (Sugiyono, 2019). Maka hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Potensi wisata yang terdapat di Situ Wulukut sebagai objek wisata di Desa Kertayuga Kecamatan Nusaherang Kabupaten Kuningan adalah

Situ Wulukut, panorama alam, spot foto, *camping ground* dan Curug Cariu.

- 2) Faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pengembangan potensi objek wisata alam Situ Wulukut di Desa Kertayuga Kecamatan Nusaherang Kabupaten Kuningan adalah adanya faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung yaitu lokasi, pengelola dan sarana prasarana. Faktor penghambat yaitu aksesibilitas, kurangnya dukungan dari pemerintahan setempat serta kurangnya promosi.