

BAB II

LANDASAN TEORETIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pariwisata

1) Pengertian Pariwisata

Pariwisata secara bahasa berasal dari bahasa Sanskerta yaitu *pari* berarti sempurna atau lengkap dan *wisata* yang memiliki arti perjalanan, sehingga secara bahasa Pariwisata memiliki arti perjalanan yang lengkap atau sempurna. Sedangkan secara istilah pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu dari suatu tempat ke tempat lain dengan melakukan perencanaan sebelumnya dengan tujuan untuk rekreasi atau untuk suatu kepentingan sehingga keinginannya dapat terpenuhi (Lailam et al., 2019). Menurut Ni Ketut Riani pariwisata dalam arti modern adalah merupakan gejala jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan penggantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuh terhadap keindahan alam, kesenangan dan kenikmatan alam semesta, dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas dalam masyarakat sebagai hasil dari berkembangnya hasil perkembangan niaga, industri dan transportasi (Riani, 2021). Sedangkan pariwisata menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah (Indonesia, 2009).

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan sebuah perjalanan perpindahan orang dari satu tempat ke tempat lainnya melalui perencanaan dengan dorongan atau kepentingan tertentu serta faktor penarik berupa tempat atau objek wisata yang memiliki potensi wisata. Pengertian pariwisata ini terus berkembang seiring dengan berkembangnya tren wisata dunia yang dipengaruhi oleh beberapa faktor dari berbagai sudut pandang.

2) Syarat-syarat Pariwisata

Syarat-syarat bagi suatu daya tarik wisata sehingga dapat menarik wisatawan yaitu menurut Maryani (1991) dalam (Octavia, 2015) harus memenuhi syarat berikut ini:

a. *What to see*

Pada tempat yang memiliki daya tarik wisata tersebut harus memiliki objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan daerah lainnya. *What to see* ini dapat meliputi pemandangan alam, kegiatan manusia, kesenian, dan atraksi wisata.

b. *What to do*

Terdapat fasilitas rekreasi bagi wisatawan yang membuat wisatawan betah berada di tempat wisata tersebut berupa kegiatan yang dapat memberikan pengalaman berkesan bagi wisatawan.

c. *What to buy*

Tersedianya fasilitas bagi wisatawan untuk berbelanja terutama barang berupa cinderamata dan kerajinan khas sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal wisatawan.

d. *What to arrived*

Terpenuhinya aksesibilitas berkaitan dengan bagaimana kita dapat mengunjungi daya tarik wisata tersebut, moda transportasi apa yang akan digunakan, serta berapa lama tiba ke tempat tujuan wisata tersebut.

e. *What to stay*

Tersedianya fasilitas bagi wisatawan untuk dapat tinggal sementara saat berlibur berupa penginapan maupun hotel.

3) Unsur-unsur Pariwisata

Unsur-unsur dalam industri pariwisata diantaranya yaitu:

1. Lokasi, hal ini berkaitan dengan tempat dimana destinasi atau tujuan wisata berada, misalnya desa, kota, atau daerah lainnya.

2. Bahan baku, adalah semua yang berkaitan dengan komponen yang dapat diolah menjadi sebuah produk misalnya layanan jasa terhadap wisatawan serta berbagai kegiatan dalam pariwisata.
3. Modal, berkaitan dengan investasi yang akan menunjang pengembangan pariwisata
4. Teknologi, berkaitan dengan perangkat yang dapat menunjang dalam kegiatan pariwisata
5. Sumberdaya manusia, berkaitan dengan personal yang terlibat dalam kegiatan pariwisata misalnya menyediakan jasa wisata
6. Pemasaran pariwisata, adanya pertemuan antara konsumen dalam hal ini wisatawan dengan produsen penyedia jasa wisata
7. Manajemen, berkaitan dengan semua sistem yang berhubungan dengan pengelolaan dalam industri pariwisata (Arjana, 2017).

4) Komponen Pariwisata

1. Wisatawan (*Tourist*)

Wisatawan adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan atau berwisata dengan tujuan tertentu, dalam melakukan perjalanan ini wisatawan prinsipnya dalam rangka mencari kesenangan bukan dalam rangka mencari nafkah, kesenangan yang diperoleh wisatawan ini didapatkan dari kegiatan wisata misalnya menikmati keindahan alam, keunikan budaya, event olahraga maupun kegiatan lainnya.

2. Sarana Wisata

Sarana wisata adalah alat atau teknologi yang merupakan hasil rekayasa manusia yang sengaja dibuat dalam rangka menunjang kegiatan wisata menciptakan kesenangan dan kenyamanan terhadap wisatawan.

3. Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah faktor yang dapat menarik wisatawan untuk datang berkunjung ke suatu destinasi wisata, daya tarik wisata ini dapat timbul karena unsur-unsur geografi melalui proses alami

maupun budayawi. Dalam pariwisata daya tarik wisata dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu daya tarik alami (*natural attraction*), daya tarik budaya (*cultural attraction*), dan daya tarik buatan (*artificial attraction*).

4. Jasa Wisata

Jasa wisata merupakan semua hal yang berkaitan dengan usaha dalam menggerakkan sektor pariwisata, jasa wisata ini bertujuan dalam rangka mempermudah perjalanan, pemenuhan terhadap akomodasi wisatawan, serta upaya dalam menggerakkan pariwisata lainnya.

5) Jenis-jenis Pariwisata

1. Jenis pariwisata menurut letak:

- 1) Pariwisata lokal (*local tourism*) merupakan perjalanan wisata dalam jarak dekat ke suatu tempat wisata yang dapat ditempuh hanya dengan beberapa jam dengan kendaraan berupa mobil
- 2) Pariwisata nasional (*national tourism/domestic tourism*) merupakan dinamika perjalanan wisata dalam lingkup suatu negara
- 3) Pariwisata mancanegara (*world tourism/foreign tourism*) merupakan jenis pariwisata yang mencakup wisatawan yang masuk ke dalam negeri dari luar negeri (*inbound tourism*) dan wisatawan dari dalam negeri yang berwisata ke luar negeri (*outgoing tourism*)

2. Jenis pariwisata menurut dampak pada devisa:

- 1) Pariwisata aktif (*in tourism*), terjadi ketika wisatawan masuk berkunjung ke suatu negara, pariwisata jenis ini dapat dikembangkan dalam rangka mendongkrak devisa bagi negara.
- 2) Pariwisata pasif (*outgoing tourism*) terjadi ketika warga dari suatu negara melakukan perjalanan sebagai wisatawan ke luar negeri. Pariwisata jenis ini tidak dapat dikembangkan dalam mendongkrak pendapatan devisa negara.

3. Jenis pariwisata menurut waktu kunjungan:
 - 1) Pariwisata musiman (*seasonal tourism*) merupakan jenis pariwisata yang berlangsung pada musim tertentu, misalnya wisata musim dingin bersalju dan wisata petik buah
 - 2) Pariwisata okasional (*Occasional tourism*) merupakan jenis pariwisata yang terbentuk ketika wisatawan melakukan perjalanan wisata karena adanya daya tarik penyelenggaraan suatu kegiatan atau *event* tertentu atau saat terjadi peristiwa tertentu.
4. Jenis pariwisata menurut tujuan:
 - 1) Pariwisata bisnis (*business tourism*) merupakan perjalanan wisata dengan tujuan untuk menyelesaikan urusan bisnis, misalnya meeting, pameran atau *expo*
 - 2) Pariwisata liburan (*vacancy tourism*)
 - 3) Pariwisata pendidikan (*educational tourism*) misalnya *study tour* atau widya wisata
 - 4) Pariwisata spiritual atau keagamaan (*pilgrim tourism*)
5. Jenis pariwisata menurut jumlah wisatawan:
 - 1) Pariwisata individual (*individual tourism*) contohnya *backpacker*
 - 2) Pariwisata berombongan (*group tourism*) contohnya dilakukan oleh rombongan pelajar melalui agen perjalanan.
6. Jenis pariwisata menurut biaya:
 - 1) Pariwisata mewah (*deluxe tourism*) merupakan jenis pariwisata dengan fasilitas transportasi berupa pesawat atau kapal pesiar, memiliki biaya akomodasi yang tinggi pada hotel berbintang empat atau lima.
 - 2) Pariwisata berbiaya sedang (*middle class tourism*)
 - 3) Pariwisata berbiaya murah (*social tourism*) memiliki karakteristik dengan alternatif transportasi dan akomodasi yang serba murah namun tetap aman dan nyaman mencapai tujuan wisata.

7. Jenis pariwisata menurut objek wisata:

- 1) Pariwisata budaya (*cultural tourism*) merupakan jenis pariwisata dengan atraksi budaya yang memiliki keunikan serta memiliki ketertarikan karena merupakan ikon pariwisata dari suatu daerah
- 2) Pariwisata kesehatan (*reccuperational tourism*) misalnya mandi air hangat dari sumber air panas.
- 3) Pariwisata perdagangan (*commercial tourism*) merupakan jenis pariwisata yang berkembang karena terbukanya era perdagangan bebas (*free trade area*) yang ditandai semakin banyaknya *event* dalam rangka promosi dan pertemuan dagang sehingga menimbulkan kegiatan pariwisata yang bersifat dinamis
- 4) Pariwisata olahraga (*sport tourism*) merupakan jenis pariwisata yang terbentuk karena adanya gelaran olahraga tertentu misalnya olimpiade olahraga yang dapat menyedot pengunjung sebagai wisatawan untuk datang
- 5) Pariwisata politik (*political tourism*) misalnya parade dalam memperingati hari buruh serta parade dirgahayu kemerdekaan negara.
- 6) Pariwisata spiritual/kegamaan (*pilgrim tourism*) merupakan jenis pariwisata dalam rangka melakukan perjalanan religi atau peribadatan terhadap Tuhan dalam acara keagamaan.
- 7) Pariwisata alam (*natural tourism*) merupakan jenis pariwisata yang berlangsung pada objek wisata yang menghadirkan atraksi alam berupa keindahan alam atau lingkungan alami.
- 8) Pariwisata syariah, merupakan jenis pariwisata yang dikembangkan dengan produk, sarana pendukung yang tidak bertentangan dengan nilai syariat Islam atau memiliki fasilitas yang menunjang sarana ibadah.
- 9) Pariwisata ruang angkasa sebagai wisata masa depan, wujud dari pariwisata ruang angkasa ini dapat berupa laboratorium antariksa

yang dilengkapi berbagai fasilitas yang menunjang berbagai kebutuhan wisatawan.

6) Potensi Wisata

Potensi wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi andalan daya tarik wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Daya tarik ini yang sengaja ditonjolkan dan mempunyai makna yang dapat diambil bahwa potensi wisata tidak lebih merupakan identifikasi atraksi wisata sehingga perlu kiranya diungkap tentang atraksi wisata. Menurut Paat (2014) dalam (Bagaihing et al., 2022) potensi wisata dapat dibagi menjadi tiga macam, yaitu sebagai berikut:

1. Potensi Alam

Merupakan bentang alam yang dimiliki suatu daerah, misalnya pantai, hutan, gunung, sungai, dan lain-lain (keadaan fisik suatu daerah). Kelebihan dan keunikan yang dimiliki oleh alam jika dikembangkan dengan memperhatikan keadaan lingkungan sekitarnya dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke obyek tersebut

2. Potensi Kebudayaan

Potensi kebudayaan adalah semua hasil cipta, rasa dan karsa manusia baik berupa adat-istiadat, kerajinan tangan, kesenian, peninggalan sejarah dari nenek moyang berupa bangunan, monumen, dan sebagainya

3. Potensi Buatan

Manusia juga memiliki potensi yang dapat digunakan sebagai daya tarik wisata, kondisi fisik alam dapat diubah dengan kemampuan dan kreasi manusia menjadi suatu daya tarik wisata yang dapat mendatangkan pengunjung sebagai wisatawan.

7) Objek dan Daya Tarik Wisata

Unsur-unsur Geografi dapat membentuk objek wisata menghasikan daya tarik wisata, unsur-unsur ini mencakup unsur fisik berupa aspek fisiogeografis yaitu semua bentuk bentang lahan yang bersifat alami dan

artifisial atau yang telah direkayasa manusia, unsur manusia atau aspek sosiografis berupa semua hasil karya manusia misalnya seni, budaya, dan semua aktivitas yang memiliki keunikan dan daya tarik untuk dipertontonkan.

a) Objek wisata yang dibentuk unsur alam fisik atau fisiografi

Objek wisata yang dibentuk melalui proses alami terbentuk karena dua kekuatan alam yaitu proses endogen dan proses eksogen, Tenaga endogen yang berasal dari dalam bumi akan berpengaruh terhadap lapisan bumi menciptakan fenomena seismik dan vulkanik, Tenaga eksogen yang berasal dari luar bumi dapat berperan dalam mengubah permukaan bumi membentuk kenampakan alam seperti dataran rendah (*plain*), dataran tinggi (*plateau*), daerah perbukitan (*hill country*), dan pegunungan (*mountains*) akan menjadi objek wisata karena karakteristiknya.

b) Objek wisata buatan/budaya

Objek wisata budaya merupakan objek wisata yang terbentuk dari kenampakan budaya yaitu hasil ciptaan manusia, komunitas atau bangsa yang menjadi ciri dari suatu masyarakat sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan. Budaya dapat dibedakan menjadi tiga wujud yaitu:

1. Gagasan (wujud ideal) berupa kumpulan ide, gagasan, nilai, norma atau peraturan yang bersifat abstrak, tidak dapat diraba ataupun disentuh. Kebudayaan dalam bentuk gagasan ini dapat tertuang dalam bentuk sastra atau karya tulis yang diabadikan sebagai sebuah objek wisata berupa museum sastra.
2. Aktivitas, kebudayaan berupa aktivitas merupakan suatu tindakan yang berpola dari manusia dalam suatu komunitas yang dikenal sebagai sistem sosial, Pola-pola kehidupan ini dapat menjadi ciri yang membedakan antar komunitas lainnya, wujud pariwisata budaya dari bentuk aktivitas ini misalnya aktivitas pertanian tradisional.

3. Artefak (Karya), artefak merupakan wujud kebudayaan secara fisik hasil aktivitas, perbuatan, dan karya manusia dalam masyarakat berupa benda atau hal yang dapat diraba, dilihat, dan didokumentasikan. Dalam pengembangan pariwisata budaya, artefak ini memiliki wujud berupa benda-benda yang bernilai historis.

8) Sapta Pesona Pariwisata

Sapta Pesona dalam pariwisata adalah tujuh unsur daya tarik wisata yang dapat mempengaruhi keinginan wisatawan untuk dapat berkunjung serta membuatnya nyaman tinggal lebih lama pada suatu daerah tujuan wisata, sehingga jika Sapta Pesona ini dapat dijalankan atau diterapkan dengan baik maka akan berdampak pada banyaknya wisatawan yang berkunjung memajukan sektor pariwisata yang ada. Tujuh unsur dalam Sapta Pesona Pariwisata yaitu:

1. Aman

Aman merupakan kondisi atau keadaan yang dapat memberikan suasana tenang dan rasa tenteram bagi wisatawan yang berkunjung, aman disini dapat berarti bebas dari rasa takut dan khawatir terhadap keselamatan jiwa, raga, dan harta serta bebas dari ancaman, gangguan, atau tindak kekerasan dan kejahatan. Aman dalam berwisata juga berkaitan dengan penggunaan fasilitas penunjang wisata seperti aman dari gangguan teknis serta terpeliharanya fasilitas yang ada.

2. Tertib

Tertib merupakan suatu kondisi yang menggambarkan suasana kehidupan masyarakat yang tertib dan teratur serta disiplin. Tertib ditujukan kepada wisatawan dapat diartikan sebagai kondisi tertib dari segi peraturan dengan pelaksanaan peraturan yang konsisten dan seragam, tertib dari segi waktu dimana wisatawan dapat menemukan kondisi waktu sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, tertib dari segi multi pelayanan dimana wisatawan mendapatkan pelayanan bermutu tinggi, tertib dari segi informasi dimana wisatawan dapat

mudah mengakses dan mendapatkan informasi dengan akurat serta mudah dipahami seputar kegiatan wisatanya.

3. Bersih

Bersih merupakan suatu kondisi yang menampilkan sifat bersih dan sehat (*hygienis*) dimana keadaan bersih ini harus dapat tercermin pada lingkungan dan sarana wisata.

4. Sejuk

Sejuk merupakan suatu kondisi atau keadaan lingkungan yang memberikan wisatawan suasana yang segar dan nyaman, dalam rangka mewujudkan kondisi yang sejuk dapat dilakukan upaya penataan lingkungan, pertamanan, penghijauan pada jalur wisata, memperindah dan memperbanyak ruang terbuka hijau.

5. Indah

Indah merupakan suatu kondisi yang menggambarkan penataan yang teratur, tertib, dan serasi sehingga memancarkan keindahan yang dapat dinikmati oleh wisatawan, indah dapat diwujudkan dengan penataan, pemeliharaan, dan pelestarian lingkungan wisata.

6. Ramah Tamah

Ramah tamah adalah sifat dan perilaku masyarakat di sekitar tujuan wisata yang akrab dalam pergaulan, hormat, dan sopan ketika berkomunikasi, murah senyum, saling menyapa, suka memberikan pelayanan, dan ringan kaki untuk membantu tanpa pamrih terhadap wisatawan yang berkunjung.

7. Kenangan

Kenangan merupakan suatu kondisi yang dapat berarti kenangan dari segi akomodasi yang nyaman, kenangan dari segi atraksi budaya yang memesona, kenangan dari segi makanan khas daerah yang lezat, dan kenangan dari segi cenderamata yang unik, bermutu, dan harga yang sesuai (Warman, 2014)

9) Pemasaran dan Promosi Pariwisata

Menurut Oka A. Yoeti (1985) dalam (Warman, 2014) mengatakan bahwa pengertian pemasaran pariwisata adalah seluruh kegiatan untuk mempertemukan permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) sehingga konsumen pariwisata dapat mendapatkan kepuasan dan produsen mendapatkan keuntungan maksimal dengan risiko seminimal mungkin. Pemasaran dalam pariwisata merupakan kegiatan yang kompleks, dikarenakan produk yang dihasilkan industri pariwisata memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan produk berupa barang, produk pariwisata memiliki keterkaitan antar produk yang satu dengan produk lainnya, produk pariwisata ini merupakan produk yang dihasilkan dari berbagai usaha pariwisata, bersifat saling melengkapi dan dibutuhkan seseorang dalam perjalanan wisata. Kegiatan awal yang harus dilaksanakan yaitu melakukan penelitian pasar sebagai upaya mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan wisatawan yang akhirnya dapat diketahui karakteristik wisatawan berdampak pada kemudahan dalam menawarkan produk wisata sesuai kebutuhan dan keinginan pasar. Kunci keberhasilan dalam pemasaran pariwisata yaitu terwujudnya tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat, perbaikan standar hidup, peningkatan kemakmuran, penambahan penduduk, serta meningkatnya waktu luang.

Terdapat beberapa peranan dari pemasaran pariwisata, diantaranya yaitu:

1. Pada dasarnya kepariwisataan merupakan kumpulan dari berbagai produk hasil usaha pariwisata yang harus dipasarkan
2. Tempat asal wisatawan dengan lokasi usaha pariwisata memiliki letak yang berjauhan
3. Adanya perkembangan pesat terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan seiring dengan berkembangnya kebutuhan manusia
4. Adanya persaingan yang ketat diantara negara-negara yang mengembangkan sektor pariwisata.

Dalam pemasaran pariwisata terdapat tiga aspek penting yang perlu mendapatkan perhatian dari pengelola pemasaran, diantaranya yaitu:

1. *Atraction* atau daya tarik wisata, yaitu berupa semua daya tarik wisata yang memiliki sifat menarik sehingga wisatawan terdorong untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata yang diinginkan. Sifat menarik ini dapat berkaitan dengan keindahan alam, atraksi budaya, bangunan bersejarah, adat istiadat dan kebiasaan cara hidup masyarakat yang berbeda dengan tempat tinggal wisatawan.
2. *Accessibility* atau aksesibilitas, merupakan kemudahan untuk mencapai suatu daerah tujuan wisata yang ditunjang oleh tersedianya berbagai moda transportasi. Aksesibilitas ini sangat berpengaruh terhadap keputusan calon wisatawan untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata.
3. *Aminities* atau fasilitas, merupakan ketersediaan terhadap berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi wisatawan selama melakukan perjalanan wisata dan pada daerah tujuan wisata.

Ketiga aspek yang dikenal sebagai 3A tersebut harus dapat dikemas dengan baik sehingga lebih menarik dan memberikan kenyamanan terhadap wisatawan yang berkunjung sesuai dengan maksud kunjungannya.

Promosi pariwisata merupakan bagian dari pemasaran pariwisata yang berusaha menyediakan informasi dan pengetahuan secara informatif dan persuasif terhadap wisatawan. Menurut Morrison (2010) dalam (Octavia, 2015) terdapat lima bauran dalam promosi yang dikenal sebagai *promotional mix* yaitu:

1. *Advertising*, merupakan komunikasi non personal yang dilakukan melalui berbagai media oleh suatu perusahaan, organisasi nirlaba, dan individu-individu yang dalam beberapa cara dapat diidentifikasi melalui pesan iklan dan mereka berharap dapat memberikan informasi

serta mempengaruhi wisatawan untuk dapat berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata

2. *Personal selling*, didalamnya dapat berupa pembicaraan langsung baik melalui telepon atau bertatap muka antar produsen dan konsumen terhadap calon wisatawan
3. *Sales promotion*, merupakan pendekatan promosi yang dilakukan melalui bujukan jangka dalam jangka yang singkat untuk melakukan pembelian secara segera, misalnya dengan kupon diskon, kontes, dan undian berhadiah
4. *Merchandising*, merupakan promosi wisata yang dilakukan melalui material untuk merangsang penjualan seperti poster, t-shirt, gantungan kunci, atau benda promosi penjualan lainnya
5. *Public relation and publicity*, *public relation* merupakan semua aktivitas yang dilakukan oleh pengelola wisata atau bagian promosi wisata untuk menjaga dan meningkatkan hubungan dengan pihak atau organisasi atau individu lainnya, sedangkan *publicity* adalah salah satu teknik dari *public relations* berupa *non-paid communication* dan informasi yang berkaitan dengan pelayanan dari sebuah organisasi

2.1.2 Konsep Geografi Pariwisata

Geografi pariwisata menurut Prof. I Gusti Bagus Arjana merupakan studi yang menganalisis dan mendeskripsikan berbagai fenomena fisiografis (unsur-unsur lingkungan fisik) dan fenomena sosiografis (unsur-unsur lingkungan manusia atau sosial dan budayanya) yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang menarik untuk dikunjungi sehingga berkembang menjadi destinasi wisata (Arjana, 2017).

Kedudukan Geografi Pariwisata dalam ilmu Geografi memiliki kaitan dengan geografi ekonomi yang mengkaji unsur-unsur dan dasar-dasar ekonomi serta hubungannya dengan pengetahuan tentang bumi, baik aspek fisik (Fisiografi) dan aspek sosial manusia (Sosiografi), mengkaji aspek keruangan dan kelingkungan aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan

hidupnya, berbagai aktivitas ekonomi ini memunculkan kajian salah satunya Geografi Pariwisata dalam lingkup Geografi Ekonomi.

Elemen pariwisata dan lokasi geografi menurut Leiper dalam (Arjana, 2017) mengemukakan tiga elemen pariwisata yaitu:

1. Daerah asal wisatawan, merupakan daerah dimana wisatawan berasal, pada daerah inilah wisatawan dirangsang dan dimotivasi untuk melakukan perjalanan ke suatu objek wisata.
2. Daerah tujuan wisata, merupakan daerah yang memiliki objek-objek wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan dengan fasilitas penunjang transportasi dan akomodasi. Daerah tujuan wisata membutuhkan layanan jasa dalam menjawab kebutuhan wisata yang terdiri dari *Something to see* atau sesuatu yang dapat dilihat, diamati yang bersifat unik dan atraktif, *Something to do* atau memiliki sesuatu yang dapat dilakukan berupa kegiatan yang dapat menghibur wisatawan, dan *Something to buy* atau sesuatu yang dapat dibeli oleh wisatawan sebagai cinderamata berupa produk khas daerah.
3. Daerah Transit, merupakan tempat persinggahan sementara bagi wisatawan sebelum mereka tiba di daerah tujuan wisata, daerah transit terbentuk karena jarak daerah asal dan daerah tujuan wisatawan yang jauh, pada daerah transit ini dapat dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata jika memiliki objek wisata yang menarik.

2.1.3 Budaya dan Wisata

Koentjaraningrat (2009) dalam (Kushedyana, 2020) mengartikan kebudayaan sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar. Definisi tersebut memiliki makna bahwa hampir semua tindakan manusia dapat disebut sebagai sebuah “kebudayaan”, karena tindakan-tindakan manusia tersebut diperoleh melalui adanya proses belajar. Koentjaraningrat juga menjelaskan bahwa kebudayaan memiliki tiga wujud, yaitu:

1. Suatu kompleks dari ide-ide, gagasan, nilai-nilai, norma-norma, peraturan, dan sebagainya;
2. Suatu kompleks aktivitas serta tindakan berpola dari manusia dalam masyarakat;
3. Sebagai benda-benda hasil karya manusia.

Dari pengertian menurut Koentjaraningrat tersebut dapat digambarkan bahwa kebudayaan mencakup hal yang kompleks berkaitan dengan berbagai aktivitas kehidupan manusia, manusia yang terus mengalami perkembangan tentunya akan berpengaruh terhadap perkembangan kebudayaan yang ada, budaya dan kehidupan manusia tidak dapat dilepaskan satu sama lain.

Aktivitas wisata merupakan merupakan semua kegiatan atau hal yang berkaitan dengan kepariwisataan, salah satu aktivitas wisata dapat dilakukan melalui eksplorasi budaya atau dapat dikenal sebagai wisata budaya.

2.1.4 Geografi Transportasi dalam Kegiatan Wisata

Geografi transportasi merupakan kajian mengenai perpindahan atau mobilisasi orang atau barang ditinjau dari aspek Geografi. Geografi transportasi sangat berkaitan erat dengan pariwisata, dalam pariwisata transportasi memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang kegiatan wisata. Menurut Rimsky K Judisseno (2017) moda transportasi seperti bus selain berperan sebagai transportasi jarak jauh juga digunakan untuk *city sightseeing tours* di dalam kota dengan desain bus yang sangat menarik. Hal tersebut sejalan dengan kajian yang menyatakan bahwa moda transportasi dapat juga menjadi atraksi, dengan wisatawan sebagai penumpang didorong untuk menggunakannya sebagai salah satu jenis program, bentuk transportasi yang menarik, bersejarah, dan unik dapat menjadi atraksi wisata (M Lemy, 2018).

Pada perjalanan wisata, moda transportasi dapat berfungsi sebagai sarana yang membawa wisatawan dari satu tempat ke tujuan wisata ke tempat tujuan wisata lain. Selain itu moda transportasi dalam perjalanan dapat menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan sendiri. Terdapat beberapa jenis *tour* atau perjalanan wisata berdasarkan moda transportasi yaitu:

1. *Bus and Car Touring*, menggunakan bus atau mobil sebagai moda transportasi dalam perjalanan wisata
2. *Train Touring*, kereta api yang dipakai sebagai moda transportasi dalam perjalanan wisata
3. *Boat Touring*, kapal yang dipakai sebagai moda transportasi dalam perjalanan wisata, Dimana *Boat Touring* ini dapat dilakukan di laut, danau atau sungai (Nuriata, 2014).

Transportasi seperti bus wisata memiliki peranan yang strategis dalam upaya menunjang kegiatan wisata didasarkan pada karakteristiknya yang khas dan ditujukan sebagai atraksi wisata yang dapat menjadi daya tarik wisata.

2.1.5 Pengembangan Pariwisata Berbasis Geografi

Pengembangan pariwisata berbasis Geografi adalah sebuah konsep pengembangan pariwisata yang merupakan upaya dalam rangka menggali ragam potensi wisata yang dimiliki suatu objek wisata untuk meningkatkan daya tarik wisatanya terhadap wisatawan melalui aspek-aspek Geografi yang menunjang tercapainya tujuan pariwisata.

Dalam upaya menentukan arah pengembangan pariwisata, terdapat beberapa model pengembangan destinasi pariwisata seperti yang dikemukakan oleh Davidson dan Mitland dalam (Prastowo, 2019) Davidson memandang hal ini sebagai suatu tempat yang menawarkan sebuah portofolio berupa produk wisata yang harus senantiasa diperbarui sesuai dengan permintaan pasar (*tourist demand*). Hal ini terjadi dikarenakan produk yang ada memiliki ketergantungan terhadap sumber daya yang terdapat pada destinasi serta sumber-sumber daya tersebut tidak dimiliki atau dapat dikontrol oleh industri pariwisata, sehingga tidak ada jaminan dari industri pariwisata bahwa sumber daya tersebut dapat dilindungi kecuali adanya intervensi kuat dari pihak yang berwenang untuk melindunginya. Oleh karena itu, perencanaan dan pengelolaan pada tingkatan destinasi wisata sangat diperlukan agar pengembangan yang terjadi dapat memberikan dampak positif bagi destinasi wisata yang dikembangkan.

Menurut Rimsky J Judissono (2017) terdapat beberapa komponen yang harus diperhatikan oleh pemerintah sebagai pihak yang merencanakan pengembangan dan pembangunan pariwisata sehingga dapat memuaskan permintaan (*demand*) dari wisatawan, yaitu:

1. Motivasi wisatawan atau faktor yang dapat mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata, hal ini penting karena mereka yang tidak memiliki ketertarikan dan dorongan untuk melakukan suatu perjalanan ke suatu tempat dan tinggal menikmati perjalanan dan kunjungannya sementara waktu tidak dapat dikatakan sebagai wisatawan. Dengan memperhatikan dan memahami motivasi wisatawan secara tepat, maka konsep pengembangan dan pembangunan pariwisata akan berkelanjutan dan berhasil.
2. Kemampuan finansial wisatawan, semakin mapan seseorang maka akan semakin besar kemungkinan seseorang untuk melakukan perjalanan, sehingga aspek ini harus diperhatikan dalam pengembangan dan pembangunan pariwisata berkaitan dengan *budget* atau biaya wisata yang harus dibayar oleh wisatawan.
3. Waktu (tingkat kesibukan seseorang) dan keterbatasan fisik (masalah kesehatan). Kemajuan dalam bidang kesehatan memberikan kesempatan bagi manusia untuk dapat semakin sehat dan memiliki umur yang panjang sehingga memiliki kemampuan untuk melakukan perjalanan. Namun, harus diperhatikan bahwa tidak semua orang yang sehat memiliki kesempatan untuk melakukan perjalanan karena sibuk sehingga memiliki waktu yang terbatas. Oleh karena itu, penting bagi para perencana dan pengembang pariwisata untuk dapat memperhatikan *time* dan *physical ability* dari wisatawan ini, sehingga diharapkan dapat lebih jeli untuk memilih pasar pariwisata yang akan disasar.
4. Faktor kompleksitas, faktor kompleksitas ini berkaitan dapat dengan selera seseorang, kebijakan lingkungan, dan perbedaan destinasi. Adanya faktor kompleksitas ini cukup membuat para perencana dan pengembang

mengalami kesulitan karena mereka sulit untuk mengukur selera wisatawan serta perubahan lainnya (Judisseno, 2017).

Komponen pengembangan pariwisata menurut Inskeep (1991) dalam (Octavia, 2015) memiliki banyak macam komponen, akan tetapi terdapat beberapa komponen yang selalu ada dan menjadi dasar dari kegiatan pariwisata, diantaranya yaitu:

1. Atraksi dan kegiatan wisata

Kegiatan wisata yang dimaksud berkaitan dengan semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan yang dimiliki suatu daerah dan kegiatan lain dalam lingkup kegiatan wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata.

2. Akomodasi

Akomodasi dalam kegiatan pariwisata ini berkaitan dengan berbagai macam fasilitas pelayanan bagi wisatawan selama kegiatan pariwisata yang dilakukan mereka, misalnya penginapan dan hotel.

3. Fasilitas dan pelayanan wisata

Fasilitas dan pelayanan wisata dalam hal ini merupakan semua fasilitas yang diperlukan dalam perencanaan objek wisata, termasuk didalamnya *tour and travel operations* misalnya restoran dan tempat makan lainnya, toko-toko cinderamata, bank atau tempat fasilitas layanan keuangan lainnya, pusat informasi wisata, pelayanan pribadi misalnya salon kecantikan, fasilitas kesehatan, fasilitas keamanan, dan fasilitas perjalanan masuk dan keluar seperti kantor imigrasi dan bea cukai.

4. Fasilitas dan pelayanan transportasi

Fasilitas ini meliputi transportasi akses dari dan menuju objek wisata, transportasi lokal yang menghubungkan kawasan atraksi utama dan kawasan pembangunan.

5. Infrastruktur lain

Infrastruktur lain yang dimaksud dapat berkaitan dengan ketersediaan terhadap air bersih, listrik, drainase, saluran air, sarana telekomunikasi dan internet.

6. Elemen kelembagaan

Elemen kelembagaan diperlukan dalam upaya membangun dan mengelola kegiatan wisata termasuk didalamnya perencanaan tenaga kerja dan program pendidikan dan pelatihan yang dikhususkan dalam menyusun strategi marketing dan promosi wisata, strukturisasi organisasi wisata sektor umum dan swasta, peraturan dan perundang-undangan terkait pariwisata, penentuan kebijakan penanaman modal bagi sektor publik dan swasta, pengendalian program ekonomi, lingkungan, dan sosial kebudayaan yang ada.

Komponen-komponen tersebut harus dapat diperhatikan dan dijalankan dengan baik oleh para pemangku kepentingan sehingga pengembangan pariwisata yang dijalankan dapat sesuai dengan apa yang diharapkan.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian yang Relevan

Aspek	Penelitian Relevan			Penelitian yang Dilakukan
Penulis	Sasti Lusianti (Skripsi)	Aris Darisman (Skripsi)	Azmy Chusnul Bani Asy Syahidah (Skripsi)	Apep Munawar (Skripsi)
Tahun	2023	2023	2023	2024
Judul	Pengembangan Potensi Desa Wisata Saung Ciburial di Desa Sukalaksana Kecamatan Samarang Kabupaten Garut	Potensi Objek Wisata Cadas Ngampar di Desa Gunungsari Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis	Pengembangan Potensi Desa Wisata Sindangkasih di Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut	Pengembangan Potensi Wisata Budaya Melalui Konsep <i>City Tour</i> di Kabupaten Ciamis
Instansi	Universitas Siliwangi	Universitas Siliwangi	Universitas Siliwangi	Universitas Siliwangi
Rumusan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana upaya pengembangan Desa Wisata Saung Ciburial di Desa Sukalaksana Kecamatan Samarang Kabupaten Garut? 2. Faktor-faktor apa sajakah yang mendukung dan menghambat pengembangan Desa Wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi apa sajakah yang dimiliki Objek Wisata Cadas Ngampar di Desa Gunungsari Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis? 2. Faktor apa sajakah yang berpengaruh terhadap pengembangan Objek Wisata Cadas Ngampar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi apa saja yang dimiliki Desa Wisata Sindangkasih di Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut? 2. Bagaimana upaya pengembangan Desa Wisata Sindangkasih dalam peningkatan sosial ekonomi masyarakat Sindangkasih di 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa sajakah potensi wisata berbasis budaya melalui konsep <i>City Tour</i> di Kabupaten Ciamis? 2. Faktor-faktor apa sajakah yang mendukung dan menghambat dalam pengembangan wisata berbasis budaya melalui konsep <i>City Tour</i> di

	Saung Ciburial di Desa Sukalaksana Kecamatan Sukalaksana Kabupaten Garut?	di Desa Gunungsari Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis?	Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut?	Kabupaten Ciamis?
Metode Penelitian	Deskriptif Kuantitatif	Deskriptif Kuantitatif	Kuantitatif	Deskriptif Kuantitatif
Hasil Penelitian	Upaya pengembangan Desa Wisata Saung Ciburial yaitu dengan mengembangkan 4 macam paket wisata yaitu paket wisata pertanian, paket wisata kesenian, paket wisata kerajinan melukis dan paket wisata outbound. Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pengembangan Desa Wisata Saung Ciburial yaitu faktor pendukungnya, potensi alam, dukungan dari program-program kreatif serta keunikan dan kekayaan budaya. Sedangkan faktor penghambatnya aksesibilitas yang kurang baik, kurangnya sumberdaya manusia, fasilitas yang kurang memadai, dan kurangnya promosi.	Potensi wisata yang terdapat di Objek Wisata Cadas Ngampar di Desa Gunungsari Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis yaitu, potensi alami (panorama alam, tempat berenang disungai), dan potensi buatan (river tubing, kolam renang). Faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan Objek Wisata Cadas Ngampar di Desa Gunungsari Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis, yaitu partisipasi masyarakat, aksesibilitas, sarana prasarana dan promosi pariwisata.	Potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Sindangkasih di Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut yaitu seperti <i>River Tubing</i> , panorama alam yang dapat dijadikan potensi wisata selain itu juga pemanfaatan sumber daya alam yang dapat meningkatkan produk lokal dan meningkatkan pendapatan perekonomian masyarakat Sindangkasih seperti Pemanfaatan Sumber Daya Alam dari serat pohon nira untuk kerajinan ijuk dan gula aren dan <i>Ngagogo</i> . Upaya Pengembangan yang dilakukan yaitu penataan sarana dan prasarana, pembangunan infrastruktur, pembangunan sumber daya manusia dan pembangunan sosial ekonomi serta penyediaan paket wisata dan promosi di berbagai media sosial.	Potensi wisata berbasis budaya melalui konsep <i>City Tour</i> di Kabupaten Ciamis yaitu adanya situs budaya (Situs Jambansari dan Keraton Selagangga dan adanya program wisata bus Gatrik yang ditunjang dengan moda bus Gatrik dan pilihan paket wisata. Faktor-faktor yang mendukung pengembangan wisata berbasis budaya melalui konsep <i>City Tour</i> di Kabupaten Ciamis adalah keunikan daerah, kelembagaan wisata yang baik, sarana

				<p>prasarana wisata yang baik, dan dukungan dari pemerintah, sedangkan faktor-faktor yang menghambatnya adalah kondisi situs budaya yang tidak terawat dengan baik, minimnya inovasi pengelola wisata, dan kurang efektifnya promosi dan pemasaran wisata.</p>
--	--	--	--	--

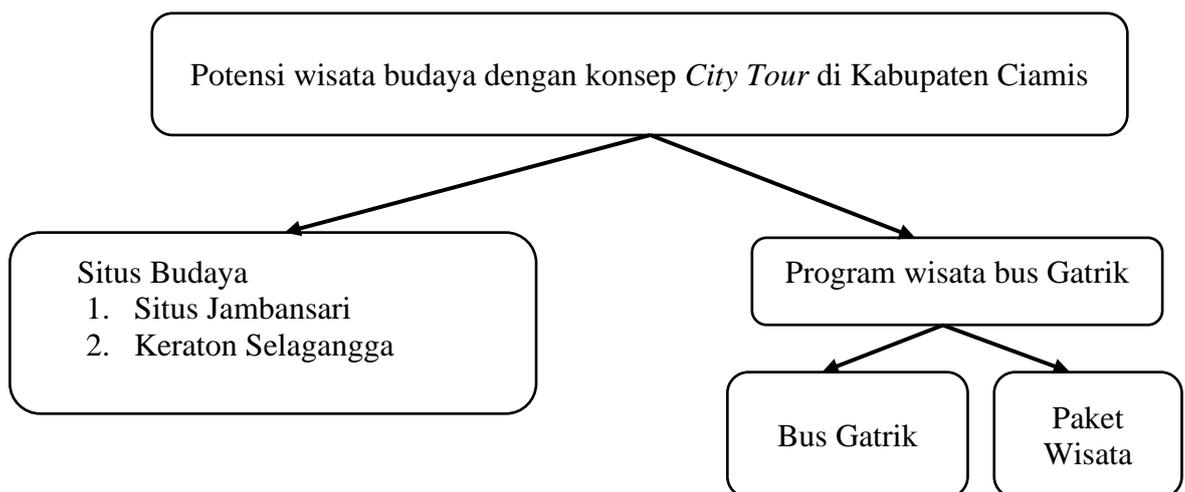
Sumber: Hasil Pengolahan Penulis, 2024

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan kerangka pikir mengenai hubungan antar variabel yang terlibat dalam penelitian atau hubungan antar konsep dengan konsep lainnya dari masalah yang diteliti sesuai dengan apa yang telah diuraikan pada studi kepustakaan (Sampurna & Nindhia, 2018). Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah serta tujuan dalam penelitian ini diperkuat oleh kajian teori yang didapatkan dari berbagai sumber pustaka dan tinjauan dari penelitian sebelumnya yang relevan, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1) Kerangka Konseptual I

Potensi wisata budaya dengan konsep *City Tour* di Kabupaten Ciamis.



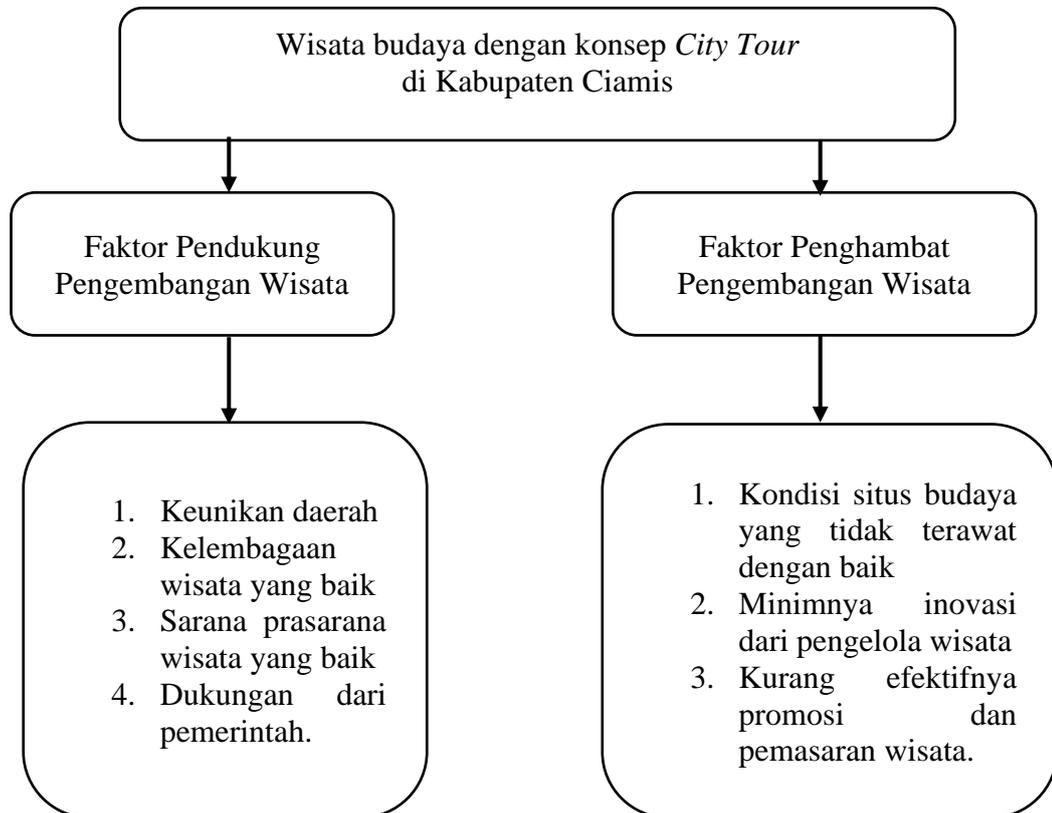
Gambar 2.1

Kerangka Konseptual 1

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis, 2024

2) Kerangka Konseptual II

Faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pengembangan wisata berbasis budaya dengan konsep *City Tour* di Kabupaten Ciamis.



Gambar 2.2

Kerangka Konseptual 2

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis, 2024

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara dari suatu masalah yang nantinya harus diuji kebenarannya dalam penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini akan dikemukakan beberapa hipotesis yang berkaitan dengan masalah penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Potensi wisata berbasis budaya melalui konsep *City Tour* di Kabupaten Ciamis diantaranya yaitu adanya situs budaya (Situs Jambansari dan Keraton Selagangga) dan adanya program wisata bus Gatrik yang ditunjang dengan moda bus Gatrik dan pilihan paket wisata.
2. Faktor-faktor yang mendukung pengembangan wisata berbasis budaya melalui konsep *City Tour* di Kabupaten Ciamis adalah keunikan daerah, kelembagaan wisata yang baik, sarana prasarana wisata yang baik, dan dukungan dari pemerintah. Sedangkan faktor-faktor yang menghambatnya adalah kondisi situs budaya yang tidak terawat dengan baik, minimnya inovasi pengelola wisata, dan kurang efektifnya promosi dan pemasaran wisata.