

BAB 2

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Konsep Geografi Pariwisata

Geografi merupakan suatu ilmu yang didalamnya mempelajari mengenai berbagai fenomena yang ada dipermukaan bumi baik fenomena alam maupun fenomena sosial budaya serta proses-proses yang terjadi didalamnya antara manusia dengan alam atau lingkungan yang secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan pariwisata berkaitan dengan orang-orang yang meninggalkan tempat asal mereka kemudian melakukan perjalanan dan berkunjung pada suatu daerah dengan adanya motivasi yang mendasari mereka melakukan perjalanan tersebut (Kristiana, 2023).

Geografi pariwisata dapat dikatakan sebagai suatu ilmu/studi untuk dapat menganalisis dan juga mendeskripsikan mengenai berbagai fenomena yang ada di permukaan bumi, baik fenomena yang bersifat fisik maupun sosial budaya dengan keunikan, nilai dan keindahannya masing-masing yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada daerah tersebut, sehingga lama kelamaan akan berkembang menjadi destinasi pariwisata (Arjana, 2016). Geografi pariwisata pada dasarnya merupakan suatu ilmu yang didalamnya lebih mengutamakan kajian terhadap daya tarik wisata baik wisata alam, budaya maupun wisata buatan manusia yang terdapat disuatu daerah yang ada dipermukaan bumi. Selain itu juga mengkaji mengenai penyebarannya, interelasinya, serta mengenai kondisi keruangan geografisnya.

2.1.2 Ruang Lingkup Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan segala rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara individu maupun kelompok di suatu daerah dengan adanya faktor penunjang yang akan memberikan kemudahan terhadap manusia, faktor penunjang tersebut seyogyanya telah disediakan oleh pemerintah maupun masyarakat untuk dapat memenuhi dan mewujudkan

kebutuhan wisatawan yang berkunjung pada suatu objek wisata (Saleh Lutuhrean, 2019). Sedangkan pariwisata dalam arti modern lebih mendefinisikan dirinya sebagai salah satu industri pariwisata yang berbentuk produk bisnis modern, baik dari segi destinasi, ekonomi kreatif, transportasi, perhotelan, maupun dari segi atraksi seni dalam paket wisata yang menarik yang dapat memanjakan dan memberikan kesan bagi wisatawan pada saat mengunjungi destinasi pariwisata yang ada disuatu daerah (Rasyid Ohorella & Prihantoro, 2021).

b. Syarat-syarat Pariwisata

Menurut Maryani (1991) terdapat beberapa syarat-syarat pariwisata yang harus terpenuhi agar dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada daerah tujuan wisata. Syarat-syarat tersebut diantaranya yaitu:

1) *What to see*

What to see berarti dalam suatu wisata harus terdapat objek serta atraksi wisata yang khas dimiliki oleh daerah yang menjadi tujuan wisata. Tujuannya yaitu agar banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung karena adanya suatu hal yang disaksikan dan dilihat oleh wisatawan (Helpiastuti, 2018). Dalam hal ini biasanya meliputi panorama alam, atraksi wisata, maupun pertunjukan kesenian.

2) *What to do*

What to do biasanya berkaitan dengan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan di daerah tujuan wisata. Maka, disuatu daerah tujuan wisata harus terdapat adanya fasilitas rekreasi yang akan membuat wisatawan nyaman lama tinggal disana. Dalam hal ini biasanya meliputi tempat makan, wahana, area bermain dan lain sebagainya.

3) *What to buy*

What to buy merupakan fasilitas bagi wisatawan untuk dapat berbelanja biasanya berkaitan dengan *souvenir* dan kerajinan khas daerah tujuan wisata yang dapat dibeli dan dijadikan sebagai *icon* daerah juga sebagai buah tangan untuk dibawa pulang oleh wisatawan.

4) *What to arrived*

What to arrived berkaitan dengan aksesibilitas untuk menunjang wisata yang dapat menarik wisatawan berkunjung. Dalam hal ini biasanya meliputi kendaraan apa yang akan digunakan oleh wisatawan dan berapa lama wisatawan akan tiba ke tempat tujuan wisata.

5) *What to stay*

What to stay merupakan fasilitas berupa penginapan yang harus ada dalam suatu daerah tujuan wisata agar wisatawan dapat tinggal sementara untuk berlibur. Contohnya seperti hotel atau *homestay*.

c. Komponen Pariwisata

Menurut Isdarmanto (2017) terdapat beberapa komponen pariwisata yang mutlak karena dapat menentukan adanya pengembangan pariwisata berkelanjutan, diantaranya yaitu:

- 1) *Attraction* (Daya Tarik Wisata) merupakan komponen paling signifikan karena yang menjadi objek daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Contohnya daya tarik wisata alam (pantai, air terjun, bukit dan lainnya), maupun daya tarik wisata buatan manusia meliputi wisata budaya dan hasil karya cipta.
- 2) *Amenities* (Fasilitas dan Jasa Pelayanan) merupakan fasilitas pendukung yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata, tujuannya adalah untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan. Contohnya seperti rumah makan dan penginapan.
- 3) *Accessibility* (Kemudahan untuk Mencapai Destinasi Wisata) merupakan sarana dan infrastruktur wisata yang dapat memberikan kemudahan untuk wisatawan dalam mencapai daerah tujuan wisata.
- 4) *Ancillary* (Keramah tamahan) atau pelayanan tambahan merupakan ketersediaan sebuah organisasi atau orang yang mengurus destinasi wisata sehingga dapat menjadi fasilitas pendukung yang dapat memudahkan wisatawan saat berkunjung. Contohnya bank.

d. Objek dan Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki daya tarik tersendiri untuk dapat dilihat dan dinikmati keberadaannya oleh wisatawan sehingga dapat menarik banyak wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Menurut Undang-undang no 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang memiliki keindahan, keunikan serta keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan buatan manusia yang mana menjadi daya tarik, sasaran maupun tujuan bagi wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik wisata dapat dikatakan sebagai fokus penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata (Ismayanti, 2020). Secara umum, objek wisata dibagi menjadi 3, diantaranya yaitu:

- 1) Objek wisata alam merupakan bentuk atau perwujudan wisata ciptaan Tuhan YME yang berupa pemandangan alam, hamparan keindahan alam, pegunungan atau segala aktifitas yang dilakukan di alam serta memanfaatkan potensi alam yang ada di suatu daerah.
- 2) Objek wisata sosial budaya merupakan perwujudan wisata yang lebih didominasi dengan adanya aktivitas yang dilakukan oleh manusia dan biasanya wujud dari wisata budaya. Contohnya seperti kampung adat, kesenian dan lainnya.
- 3) Objek wisata buatan manusia, merupakan bentuk atau perwujudan wisata yang kesemuanya itu dipengaruhi oleh adanya aktivitas manusia, dalam hal ini semuanya bergantung pada kreativitas masing-masing manusia yang ada di suatu daerah tujuan wisata.

Suatu daerah biasanya memiliki objek wisata yang paling menonjol atau unggul dibandingkan dengan objek wisata lainnya dimana objek wisata tersebut lebih dikenal oleh masyarakat secara luas dan banyak memberikan dampak positif bagi masyarakat maupun pembangunan daerahnya. Objek wisata unggulan merupakan suatu objek wisata yang lebih menonjol dan lebih unggul karena mampu bersaing dengan objek wisata lain yang ada di daerahnya maupun luar daerah yang dapat lebih menarik wisatawan untuk

berkunjung. Menurut Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis (2023) terdapat beberapa kriteria objek wisata unggulan suatu daerah, diantaranya yaitu:

- a) Lokasi wisata yang baik, yang dapat mudah dijangkau oleh wisatawan serta dapat memberikan kenyamanan dan keamanan dengan adanya sarana penunjang transportasi.
 - b) Terdapat tempat untuk beristirahat atau menginap yang layak dan aman yang dapat memenuhi syarat-syarat kesehatan untuk memberikan kenyamanan bagi wisatawan.
 - c) Terdapatnya aktivitas yang layak dan aman yang dapat dilakukan oleh wisatawan selama berada didaerah tujuan wisata.
 - d) Terdapatnya atraksi yang dikelola oleh pemerintah maupun pengelola yang layak dan aman untuk dikunjungi oleh wisatawan.
 - e) Terdapatnya sarana prasarana wisata yang diperlukan dan dapat memenuhi kebutuhan wisatawan.
- e. Sapta Pesona Pariwisata

Sapta pesona pariwisata merupakan 7 unsur pesona yang harus dilaksanakan dan diwujudkan melalui adanya kegiatan yang bertujuan untuk dapat memberikan pelayanan yang terorganisir dan dapat memuaskan wisatawan selama menjalankan kegiatan wisata di suatu daerah. Sapta pesona ini dapat memberikan gambaran mengenai pelayanan yang akan diterapkan di tempat tujuan wisata sehingga dapat terbentuk suatu kebiasaan yang baik yang dapat diterapkan dalam melakukan usaha dalam bidang pariwisata (Setiawati & Aji, 2020). Tujuh sapta pesona tersebut meliputi:

- 1) Tertib yaitu destinasi wisata suatu daerah yang memiliki kondisi lingkungan yang terawat, rapi, adanya pelayanan yang mencerminkan sikap disiplin yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur (Mintardjo, 2022).
- 2) Aman yaitu suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata yang memberikan rasa nyaman, aman, tenang, bebas dari rasa takut dan bebas dari rasa cemas bagi wisatawan pada saat melakukan kegiatan wisata.

- 3) Sejuk yaitu suatu kondisi lingkungan yang ada di daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan sejuk dan teduh yang akan memberikan perasaan nyaman dan betah bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tujuan wisata tersebut.
- 4) Bersih merupakan suatu kondisi lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan yang ada di daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan sehat atau higienis sehingga memberikan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau berkunjung ke tempat tujuan wisata tersebut.
- 5) Indah merupakan suatu kondisi lingkungan yang ada di daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan indah dan menarik yang akan memberikan rasa kagum dan kesan mendalam bagi wisatawan yang berkunjung.
- 6) Ramah tamah merupakan suatu kondisi lingkungan yang terdapat di daerah tujuan wisata yang mencerminkan adanya suatu keakraban, terbuka, dan sambutan hangat baik dari pengelola maupun masyarakat terhadap wisatawan yang berkunjung sehingga wisatawan akan merasa nyaman jika berada di tempat wisata tersebut.
- 7) Kenangan merupakan destinasi wisata yang dapat memberikan suatu bentuk pengalaman yang berkesan pada saat wisatawan telah mengunjungi daerah tujuan wisata. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan cinderamata yang unik dan menarik serta menunjukkan adanya keunikan dan kekhasan budaya lokal yang terdapat pada suatu destinasi pariwisata.

f. Promosi Pariwisata

Promosi pariwisata merupakan suatu kegiatan untuk dapat mengenalkan potensi dan daya tarik wisata suatu daerah kepada khalayak umum, agar dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata (Kusmiati, 2022). Terdapat beberapa faktor yang dapat menunjang keberhasilan promosi suatu pariwisata diantaranya yaitu kemampuan dalam membuat pesan yang efektif dan menarik, ketepatan dalam memilih jenis

promosi dan ketepatan dalam menggunakan media untuk melakukan promosi wisata. Promosi pariwisata juga dapat dikatakan sebagai bagian dari pemasaran pariwisata yang berusaha untuk dapat menyediakan berbagai informasi dan pengetahuan secara informatif dan persuasif kepada wisatawan atau masyarakat secara umum.

Menurut Morrison (2010) jenis kegiatan promosi terbagi menjadi 5 diantaranya yaitu:

- 1) Periklanan (*advertising*) merupakan suatu bentuk promosi non personal dengan cara menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang konsumen agar dapat melakukan pembelian.
- 2) Penjualan tatap muka (*personal selling*) merupakan suatu bentuk promosi secara personal dengan adanya presentasi atau obrolan secara langsung dalam suatu percakapan dengan calon pembeli untuk dapat merangsang pembeli agar melakukan pembelian.
- 3) Publisitas (*publiscity*) merupakan suatu bentuk promosi non personal mengenai pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan cara mengulas informasi atau berita tentang suatu produk (umumnya bersifat ilmiah).
- 4) Promosi penjualan (*sales promotion*) merupakan suatu bentuk promosi yang dilakukan dengan cara menggunakan tenaga pemasaran yang ahli pada bidangnya, sehingga biasanya promosi berjalan dengan lancar.
- 5) Pemasaran langsung (*direct marketing*) merupakan suatu bentuk penjualan perorangan yang secara langsung ditujukan untuk dapat mempengaruhi pembelian konsumen terhadap produk atau jasa yang kita promosikan.

2.1.3 Potensi Wisata

Potensi wisata dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang berupa kekayaan alam, keragaman budaya maupun keragaman masyarakat yang ada di suatu daerah dimana sesuatu tersebut dapat dikembangkan menjadi objek wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung (Kusuma & Salindri, 2022). Sederhananya potensi wisata merupakan segala sesuatu yang dapat dikembangkan sehingga menjadi daya tarik wisata suatu daerah

(Pemberdayaan Masyarakat STP ARS Internasional Bandung, 2017). Potensi wisata juga erat kaitannya dengan potensi lokal yang terdapat di suatu daerah sebagai segala sumber kekuatan untuk dapat dikelola dan dimanfaatkan dalam kegiatan-kegiatan tertentu, karena dengan memanfaatkan segala potensi yang dimiliki, maka diharapkan nantinya masyarakat akan terbiasa dan terus menjaga, mengelola serta memanfaatkan potensi yang ada seperti potensi wisata yang akan menjadi ciri khas dan karakteristik daerahnya yang dapat membedakannya dengan daerah lain.

Potensi wisata sangat beragam jenisnya, menurut Pujaastawa & Ariana (2015) macam-macam potensi wisata ada 3, yaitu:

- a. Potensi wisata alam merupakan segala sesuatu potensi yang ada di alam baik flora, fauna maupun bentang alam suatu daerah, dimana manusia dapat memanfaatkan potensi alam untuk dikembangkan yang dapat dinikmati keindahannya oleh wisatawan. Contohnya seperti pegunungan, pantai, pemandangan alam dan flora fauna.
- b. Potensi wisata kebudayaan merupakan segala sesuatu hasil dari cipta karya dan karsa manusia baik berupa kerajinan tangan, kesenian, peninggalan sejarah maupun adat istiadat suatu daerah.
- c. Potensi wisata buatan merupakan potensi yang dapat digunakan sebagai daya tarik wisata, dimana kondisi fisik alam atau lingkungan suatu daerah dapat diubah dengan kreativitas dan kemampuan manusia sehingga menjadi daya tarik wisata khas yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.

2.1.4 Pengelolaan Destinasi Pariwisata

Pengelolaan pariwisata merupakan salah satu upaya yang biasa dilakukan oleh pemerintah maupun masyarakat untuk tetap melestarikan objek wisata suatu daerah. Pengelolaan destinasi wisata dapat diartikan sebagai suatu cara untuk mengendalikan atau menyelenggarakan berbagai sumber daya yang ada di suatu daerah secara berhasil untuk mencapai sasaran yang telah dicanangkan, meningkatkan pertumbuhan dan pendapatan ekonomi daerah, dan melakukan perlingkungan terhadap

lingkungan melalui upaya pelestarian terhadap objek wisata (Eddyono, 2021). Sehingga dalam melakukan pengelolaan pariwisata harus mengacu pada prinsip-prinsip tertentu yang lebih menekankan pada nilai yang perlu dipertimbangkan seperti nilai ekonomi, ekologi, sosial serta peluang masa depan. Adapun beberapa prinsip pengelolaan destinasi pariwisata, diantaranya yaitu:

- a. *Participation*, berarti harus melibatkan masyarakat lokal dalam mengelola destinasi pariwisata suatu daerah.
- b. *Community Goal*, berarti adanya kerja sama antara masyarakat lokal, organisasi kemasyarakatan yang ada, pemerintah setempat dan industri wisata dalam mengelola wisata agar dapat tercapai tujuan bersama.
- c. *Stakeholder Involvement*, berarti dalam melakukan pengelolaan terhadap destinasi wisata perlu melibatkan adanya banyak pihak dan para pemangku kepentingan.
- d. *Local ownership*, berarti dapat memberikan kemudahan terhadap pengusaha lokal.
- e. *Establishing Local Business Linkage*, berarti dalam melakukan pengelolaan terhadap destinasi wisata mampu membangun hubungan bisnis secara lokal.

2.1.5 Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS)

Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) merupakan suatu kelembagaan yang berada di tingkat masyarakat yang anggotanya terdiri dari orang atau masyarakat yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab serta dapat berperan sebagai penggerak dalam mendukung terciptanya iklim yang kondusif dan terimplementasinya sapta pesona dalam meningkatkan pembangunan daerah melalui wisata yang mana nantinya dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat lokal (Rahim, 2012). Tujuan dibentuknya POKDARWIS ini untuk dapat meningkatkan posisi dan peran masyarakat dalam pembangunan pariwisata suatu daerah serta untuk memperkenalkan dan melestarikan potensi serta daya tarik wisata yang ada di suatu daerah kepada khalayak umum.

Secara umum fungsi POKDARWIS dalam pariwisata ada 2, yaitu:

- a. POKDARWIS berfungsi sebagai penggerak sadar wisata dan sapta pesona di lingkungan destinasi wisata suatu daerah.
- b. POKDARWIS sebagai mitra pemerintah dan pemerintah daerah tingkat Kab/Kota dalam mewujudkan dan mengembangkan sadar wisata yang ada di destinasi wisata suatu daerah.

Terdapat berbagai kegiatan yang dapat dilakukan oleh POKDARWIS yang berkaitan dengan kepariwisataan, diantaranya yaitu:

- a. Melaksanakan dan mengembangkan wawasan serta pengetahuan dalam bidang kepariwisataan.
- b. Mengembangkan dan melaksanakan kegiatan untuk dapat mendorong dan memotivasi masyarakat agar dapat menjadi tuan rumah yang baik yang dapat mendukung kegiatan pariwisata yang ada di daerahnya.
- c. Mengembangkan dan melaksanakan kegiatan guna untuk dapat mendorong dan memotivasi masyarakat sekitar wisata agar dapat meningkatkan kualitas lingkungan dan daya tarik wisata yang ada di daerahnya melalui perwujudan sapta pesona.
- d. Untuk dapat mengumpulkan, mengolah dan memberikan pelayanan informasi mengenai pariwisata kepada masyarakat setempat maupun wisatawan.
- e. Dapat memberikan masukan kepada pemerintah untuk pengembangan pariwisata yang ada di daerahnya.

2.1.6 Desa Wisata

- a. Pengertian Desa Wisata

Desa wisata adalah salah satu bentuk implementasi dari pembangunan pariwisata berkelanjutan yang berbasis masyarakat. Desa wisata atau banyak dikenal dengan istilah kampoeng dan nagari merupakan sebuah kawasan atau wilayah administratif desa yang memiliki potensi dan daya tarik wisata yang unik sebagai ciri khasnya yaitu dengan merasakan adanya pengalaman kehidupan dan tradisi dari masyarakat yang ada disuatu desa dengan segala potensi yang ada didalamnya (Aryani, Vitria, 2019). Desa

wisata juga dapat dikatakan sebagai sebuah desa yang memiliki potensi yang unik dan daya tarik wisata yang khas baik lingkungan alamnya maupun kehidupan sosial budayanya yang dikelola, ditata secara menarik untuk dapat menarik wisatawan berkunjung dan mampu menggerakkan aktivitas ekonomi pariwisata yang dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat secara lokal (Suprobowati, 2022).

b. Klasifikasi Desa Wisata

Menurut Wirdayanti, Agnes dkk (2019) pengembangan desa wisata dapat dijabarkan dalam 4 kategori, yaitu:

1) Desa wisata rintisan

Terdapat beberapa kriteria untuk mengklasifikasikan desa wisata rintisan, yaitu:

- Masih berupa potensi daerah yang dapat dikembangkan agar dapat menjadi suatu destinasi wisata.
- Pengembangan terhadap sarana prasarana pariwisata yang masih terbatas dan belum optimal.
- Wisatawan yang berkunjung masih sedikit dan mayoritas masyarakat lokal.
- Belum tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata yang ada di daerahnya.
- Memerlukan adanya pendampingan dari pihak terkait seperti pihak pemerintah dan swasta.
- Memanfaatkan dana desa untuk dapat mengembangkan potensi wisata yang ada di daerahnya.
- Pengelolaan yang dilakukan masih bersifat lokal dan sederhana.

2) Desa wisata berkembang

Beberapa kriteria untuk mengklasifikasikan desa wisata berkembang, diantaranya yaitu:

- Sudah mulai banyak dikenal dan dikunjungi oleh wisatawan, baik dari masyarakat sekitar maupun masyarakat dari luar daerah.
- Sarana prasarana dan fasilitas wisata sudah mulai berkembang.

- Sudah mulai terdapatnya lapangan pekerjaan dan aktivitas ekonomi bagi masyarakat lokal.

3) Desa wisata maju

Beberapa kriteria untuk mengklasifikasikan desa wisata maju, diantaranya yaitu:

- Masyarakat lokal sudah sepenuhnya memiliki kesadaran akan potensi yang ada didaerahnya dan pengembangan terhadap wisata.
- Sudah menjadi suatu objek wisata yang banyak dikenal wisatawan sehingga banyak dikunjungi wisatawan termasuk wisatawan mancanegara.
- Fasilitas pariwisata dan sarana prasarana sudah memadai.
- Masyarakat sudah mampu mengelola wisata melalui adanya kelembagaan POKDARWIS dan mampu memanfaatkan dana desa untuk mengembangkan desa wisata.
- Sistem pengelolaan sudah lebih baik yang memberikan dampak positif pada peningkatan ekonomi masyarakat di desa dan pendapatan asli daerah desa tersebut.

4) Desa wisata mandiri

Beberapa kriteria untuk mengklasifikasikan desa wisata mandiri, diantaranya yaitu:

- Masyarakat berinovasi untuk dapat meningkatkan pengembangan potensi wisata menjadi suatu unit kewirausahaan yang mandiri.
- Menjadi destinasi yang dikenal dunia dan menerapkan konsep keberlanjutan.
- Pengelolaan yang dilakukan sangat baik yaitu secara kolaboratif antar sektor.
- Desa mampu memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi.
- Dana desa menjadi bagian penting dalam upaya pengembangan inovasi produk wisata.
- Sarana dan prasarana wisata sudah mengikuti standar internasional minimal seperti ASEAN.

c. Jenis-jenis Desa Wisata

Menurut Wirdayanti (2019) terdapat jenis-jenis desa wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, diantaranya yaitu:

- 1) Desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam merupakan suatu desa wisata yang menjadikan kondisi alam dan lingkungan sebagai daya tarik utamanya. Contohnya pantai, pegunungan, sungai, danau dan lainnya.
- 2) Desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya lokal merupakan suatu desa wisata yang menjadikan keunikan adat istiadat dan kehidupan masyarakat sehari-hari sebagai daya tarik utama wisata. Contohnya aktivitas mata pencaharian masyarakat dan lainnya.
- 3) Desa wisata kreatif merupakan suatu desa wisata yang menjadikan keunikan aktivitas ekonomi kreatif dari adanya kegiatan industri rumah tangga yang dilakukan oleh masyarakat lokal, baik berupa kerajinan maupun aktivitas kesenian yang khas daerah tersebut.
- 4) Desa wisata berbasis kombinasi yaitu desa wisata yang sudah dapat mengkombinasikan daya tarik wisata yang dimilikinya baik wisata alam, wisata budaya dan wisata kreatif.

d. Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan desa wisata merupakan suatu proses untuk memajukan desa wisata melalui adanya usaha untuk melengkapi dan meningkatkan fasilitas wisata agar dapat memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung pada desa wisata tersebut (Aliyah, dkk, 2020). Menurut Aryani, Vitria dkk (2019) terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan desa wisata:

- 1) Atraksi, Akseibilitas dan Amenitas (3A)
 - Atraksi atau daya tarik wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, baik daya tarik alam, budaya maupun buatan manusia.
 - Akseibilitas merupakan akses jalan yang dapat dijangkau oleh wisatawan untuk menuju sebuah desa wisata.

- Amenitas merupakan fasilitas yang mendukung aktivitas dan layanan wisatawan.
- 2) SDM, Masyarakat dan Industri (SMI)
- Sumber daya manusia sebagai orang yang mengelola, mengembangkan dan penyelenggara desa wisata.
 - Masyarakat sebagai orang yang terlibat dan mendukung penyelenggaraan pariwisata.
 - Industri terkait dengan fasilitas pariwisata yang menyediakan barang dan jasa bagi wisatawan yang berkunjung.
- 3) *Branding, Advertising and Selling (BAS)*
- *Branding* yaitu pembuatan slogan yang sesuai dengan karakteristik dan ciri khas desa wisata yang mudah diingat wisatawan.
 - *Advertising* yaitu promosi pariwisata yang dilakukan secara langsung maupun melalui media sosial.
 - *Selling* yaitu misi penjualan yang dapat dilakukan dengan mengikuti bazar atau pameran untuk menawarkan produk atau atraksi wisata yang ada di desa wisatanya tersebut.

2.1.7 Pengembangan Pariwisata Berbasis Geografi

Pengembangan pariwisata merupakan sebuah upaya yang dilakukan untuk dapat memajukan dan mengembangkan objek wisata suatu daerah agar lebih baik dan lebih menarik dari segala sesuatu yang ada didalamnya agar dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Sedangkan geografi pariwisata sebagai cabang dari ilmu geografi yang mengkaji mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan segala aktivitas perjalanan wisata. Berarti dapat dikatakan bahwa pengembangan pariwisata berbasis geografi merupakan sebuah konsep pengembangan pariwisata sebagai suatu upaya dalam rangka menggali ragam potensi wisata yang dimiliki suatu objek wisata yang ada di suatu daerah agar dapat meningkatkan daya tarik wisata terhadap wisatawan melalui aspek-aspek geografi yang dapat menunjang tercapainya tujuan pariwisata.

Menurut Inskeep & Edward (1991) terdapat beberapa komponen yang selalu ada dan menjadi dasar dari kegiatan pariwisata, diantaranya yaitu:

a. Atraksi dan kegiatan wisata

Atraksi wisata merupakan daya tarik objek wisata yang memiliki karakteristik yang khas yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Sedangkan kegiatan wisata yaitu semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, maupun keunikan yang dimiliki suatu daerah atau kegiatan lain dalam lingkup kegiatan wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada daerah tujuan wisata.

b. Akomodasi

Akomodasi dalam kegiatan pariwisata berarti berkaitan dengan fasilitas yang disiapkan dan disediakan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Misalnya penginapan dan hotel.

c. Fasilitas dan pelayanan wisata

Fasilitas dan pelayanan wisata merupakan berbagai macam fasilitas yang disediakan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keperluan wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Fasilitas dan pelayanan wisata diperlukan dalam perencanaan suatu objek wisata, termasuk didalamnya *tour and travel operations* seperti restoran atau rumah makan, toko cinderamata, bank, dan fasilitas pelayanan wisata lain.

d. Infrastruktur lain

Infrastruktur lain yang dimaksud yaitu berkaitan dengan ketersediaan terhadap prasarana wisata seperti listrik, air bersih, maupun sarana telekomunikasi dan internet serta saluran air di daerah tujuan wisata.

e. Elemen kelembagaan

Elemen kelembagaan dalam pariwisata sangat diperlukan sebagai upaya untuk membangun dan mengelola kegiatan wisata suatu daerah

termasuk didalamnya perencanaan tenaga kerja dan program pendidikan serta pelatihan khusus untuk dapat menyusun perencanaan pengelolaan dan pengembangan wisata dan strategi marketing serta promosi wisata, pengendalian program ekonomi, lingkungan, dan sosial kebudayaan yang ada dan untuk hal lainnya.

2.2 Penelitian yang Relevan

Pada dasarnya penelitian yang relevan merupakan suatu penelitian yang sebelumnya sudah pernah dibuat oleh seorang peneliti dan sudah dianggap relevan. Penelitian yang relevan adalah penelitian yang digunakan sebagai acuan bagi penulis, dimana penelitian relevan yang penulis ambil adalah penelitian dalam bentuk skripsi yang terdiri dari 3 skripsi yang berkaitan erat dengan tema maupun pokok masalah penelitian yang akan dibahas oleh penulis yaitu mengenai pariwisata. Atas adanya penelitian terdahulu maka penulis mencoba untuk menerapkannya pada penelitian ini, tapi dengan karakteristik yang berbeda. Penulis melihat terdapatnya persamaan dan juga perbedaan antara penelitian relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Persamaan disini berupa adanya kesamaan dalam tema pembahasan objek kajian pariwisata yaitu pengembangan suatu objek wisata. Kesamaan lain juga terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi objek kajian yang diteliti, karakteristik daerah penelitian yang berbeda dimana karakteristik daerah penelitian sebelumnya merupakan kawasan puncak dan curug. Sedangkan lokasi daerah penelitian yang sedang dilakukan merupakan kawasan gunung atau bukit. Sehingga hal ini pun yang menimbulkan adanya perbedaan pada jenis daya tarik wisata, dimana pada dua penelitian sebelumnya merupakan daya tarik wisata berbasis daya tarik wisata puncak dan curug, sedangkan daya tarik pada penelitian yang sedang dilakukan yaitu daya tarik wisata berbasis perkebunan teh.

Untuk membedakan rincian penelitian relevan dengan penelitian yang dilakukan penulis, maka dapat dilihat pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian dengan Penelitian yang Relevan

Penelitian Relevan 1	
Penulis	Silvia Nuraena Putri (2021)
Judul	Potensi Kawasan Puncak Jamiaki Sebagai Objek Wisata Alam di Desa Medanglayang Kecamatan Panumbangan Kabupaten Ciamis
Instansi	Universitas Siliwangi
Rumusan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi apa sajakah yang terdapat di kawasan Puncak Jamiaki sebagai objek wisata alam di Desa Medanglayang Kecamatan Panumbangan Kabupaten Ciamis? 2. Upaya apa sajakah yang telah dilakukan untuk mengembangkan potensi kawasan Puncak Jamiaki sebagai objek wisata di Desa Medanglayang Kecamatan Panumbangan Kabupaten Ciamis?
Metode	Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.
Penelitian Relevan 2	
Penulis	Azmi Chusnul Bani Asy Syahidah (2023)
Judul	Pengembangan Potensi Desa Wisata Sindang Kasih di Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut
Instansi	Universitas Siliwangi
Rumusan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi apa saja yang dimiliki Desa Wisata Sindang Kasih di Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut? 2. Bagaimana upaya pengembangan Desa Wisata Sindang Kasih dalam peningkatan sosial ekonomi masyarakat Sindang Kasih di Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut?
Metode	Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.
Penelitian Relevan 3	
Penulis	Indriyuni (2023)
Judul	Pengembangan Curug Panoongan Sebagai Objek Wisata Alam di Desa Cibanteng Kecamatan Parungponteng Kabupaten Tasikmalaya
Instansi	Universitas Siliwangi
Rumusan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana potensi yang dimiliki Curug Panoongan sebagai objek wisata alam di Desa Cibanteng Kecamatan Parungponteng Kabupaten Tasikmalaya? 2. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengembangkan Curug Panoongan sebagai objek wisata alam di Desa Cibanteng Kecamatan Parungponteng Kabupaten Tasikmalaya?
Metode	Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.
Penelitian yang Dilakukan	
Penulis	Wita Yustiana (2024)
Judul	Pengembangan Potensi Gunung Demang sebagai Objek Unggulan Desa Wisata Bojonggambir di Kecamatan Bojonggambir Kabupaten Tasikmalaya
Instansi	Universitas Siliwangi
Rumusan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi wisata apa saja yang terdapat di Gunung Demang sebagai objek unggulan Desa Wisata Bojonggambir di Kecamatan Bojonggambir Kabupaten Tasikmalaya?

	2. Bagaimana upaya pengembangan Gunung Demang sebagai objek unggulan Desa Wisata Bojonggambir di Kecamatan Bojonggambir Kabupaten Tasikmalaya?
Metode	Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

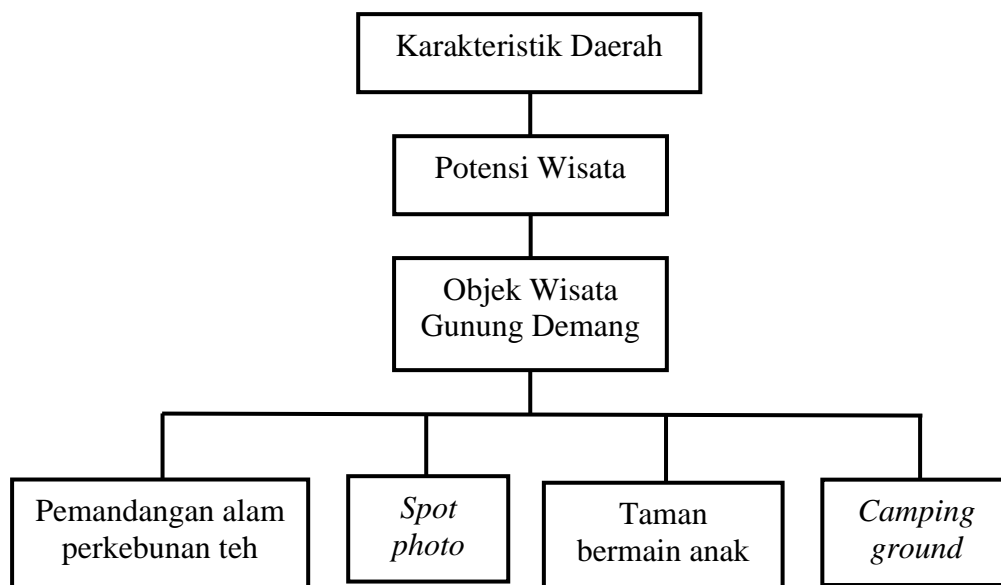
Sumber : Hasil Studi Pustaka 2024.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu kerangka mengenai hubungan antara teori dengan konsep lain dari masalah yang diteliti sesuai dengan yang telah diuraikan pada kajian pustaka. Kerangka konseptual dapat dinyatakan dengan suatu model konseptual mengenai hubungan atau keterkaitan teori dengan berbagai faktor-faktor yang umumnya telah diidentifikasi sebagai suatu masalah yang penting. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah yang didukung lengkap dengan adanya kajian teoritis dan tinjauan dari penelitian yang relevan, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini yaitu:

2.3.1 Kerangka Konseptual I

Berdasarkan rumusan masalah yang pertama mengenai “Potensi wisata yang terdapat di Gunung Demang sebagai objek unggulan Desa Wisata Bojonggambir di Kecamatan Bojonggambir Kabupaten Tasikmalaya” adalah sebagai berikut:



Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2024.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual I

Kerangka konseptual yang pertama merupakan sebuah gambaran terkait dengan suatu daerah yang memiliki karakteristiknya masing-masing untuk dapat dibedakan dengan daerah lainnya, yang mana karakteristik tersebut nantinya memiliki potensi untuk dapat dijadikan sebagai objek wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Hal ini sama seperti objek wisata Gunung Demang yang memiliki potensi wisata seperti pemandangan alam berupa perkebunan teh yang dapat dinikmati dari ketinggian Gunung Demang, adanya *spot photo* bagi wisatawan yang senang berfoto, adanya taman bermain anak serta *camping ground* bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan Bojongsambir di malam hari.

2.3.2 Kerangka Konseptual II

Berdasarkan rumusan masalah yang kedua yaitu terkait dengan “Upaya pengembangan Gunung Demang sebagai objek unggulan Desa Wisata Bojongsambir di Kecamatan Bojongsambir Kabupaten Tasikmalaya” adalah sebagai berikut:



Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2024.

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual II

Kerangka konseptual yang kedua merupakan sebuah gambaran terkait dengan upaya pengembangan wisata Gunung Demang sebagai objek unggulan Desa Wisata Bojongsambir yang saling berkaitan antara satu sama lain untuk dapat menarik wisatawan berkunjung, yang mana dikembangkan melalui 4 pengembangan yaitu adanya pengembangan

pengelolaan objek wisata, kemudian adanya perbaikan aksesibilitas menuju objek wisata agar Gunung Demang mudah dijangkau oleh wisatawan, lalu adanya perbaikan dan peningkatan sarana prasarana wisata, dan yang terakhir yaitu adanya upaya dalam mempromosikan objek wisata melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *youtube* maupun akun media yang lainnya.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan sebuah simpulan yang belum final karena harus diuji kebenarannya terlebih dahulu atau juga bisa disebut sebagai jawaban sementara terhadap suatu masalah atau pertanyaan yang akan diteliti (Rahmadi, 2011). Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah suatu penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada suatu teori yang relevan, belum pada fakta yang empiris yang diperoleh melalui adanya pengumpulan data (Hardani, dkk, 2020).

Dalam penelitian ini akan dikemukakan beberapa hipotesis yang berkaitan dengan permasalahan, diantaranya sebagai berikut:

1. Potensi wisata yang terdapat di Gunung Demang sebagai objek unggulan Desa Wisata Bojonggambir di Kecamatan Bojonggambir Kabupaten Tasikmalaya diantaranya yaitu pemandangan alam perkebunan teh, *spot photo*, taman bermain anak dan *camping ground*.
2. Upaya pengembangan Gunung Demang sebagai objek unggulan Desa Wisata Bojonggambir di Kecamatan Bojonggambir Kabupaten Tasikmalaya diantaranya yaitu pengembangan pengelolaan objek wisata, perbaikan aksesibilitas menuju objek wisata, perbaikan dan peningkatan sarana prasarana wisata dan promosi objek wisata melalui media sosial.