

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Geografi Pariwisata

Geografi merupakan uraian (*grafien*) artinya menguraikan atau melukiskan tentang bumi sedangkan (*geos*) dengan segenap isinya yaitu manusia. Geografi sering disebutkan sebagai ilmu bumi yang berhubungan dengan manusia. Ilmu geografi memiliki beberapa objek kajian diantaranya fisik, sosial dan teknik. Menurut Ikatan Geografi Indonesia (IGI) menyebutkan bahwa pengertian geografi yaitu ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kewilayahan dan kelingkungan dalam konteks keruangan (Sepasthika, 2016).

Geografi pariwisata termasuk geografi sistematis yang mengambil tema aktivitas manusia dalam ruang yaitu kepariwisataan, Pergerakan wisatawan sebagai hal mendasar dalam geografi pariwisata juga disampaikan oleh Pearce (1981) dalam (M. Baiquni, 2015). Menurut Pearce, pergerakan wisatawan merupakan satu dari enam komponen utama dalam geografi pariwisata. Keenam komponen tersebut diantaranya :

1. Pola keruangan penawaran (*spatial patterns of supply*).
2. Pola keruangan permintaan (*spatial patterns of demand*).
3. Geografi tempat-tempat wisata (*the geography of resort*).
4. Geografi dan aliran wisatawan (*tourist movement and flows*).
5. Dampak Pariwisata (*the impact of tourism*).
6. Model-model keruangan pariwisata (*models tourism space*).

Bidang Pariwisata dipelajari di ilmu geografi karena geografi mempelajari variasi ruang yang berkaitan dengan titik lokasi, mulai dari faktor-faktor yang mempengaruhi suatu lokasi, karakteristik suatu lokasi, serta faktor pembeda suatu lokasi dengan lokasi yang lainnya.

Ilmu geografi tidak hanya mempelajari aspek alam saja, melainkan mempelajari aspek manusia secara terintegrasi dan saling keterkaitan. Geografi mengaitkan beberapa aspek tersebut agar melihat hubungan dan pengaruhnya. Pariwisata berkaitan dengan pemanfaatan ruang oleh manusia. Disini ruang digunakan agar berguna untuk pemenuhan kebutuhan manusia. Ruang memiliki sumber daya yang dapat berupa daya tarik objek wisata, sarana wisata, transportasi, pemanfaatan potensi serta pengembangan daerah tujuan wisata, demikian perlu adanya kajian geografi dalam pengembangan dan pemanfaatan pariwisata.

2.1.2 Objek Wisata

Wisata (perjalanan wisata) adalah tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang ketika mereka pergi ke tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pertumbuhan pribadi, atau penelitian tentang daya tarik khusus dari destinasi tersebut. Sementara itu, objek wisata adalah lokasi yang menjadi fokus perhatian dan dapat memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pengunjung, terutama mereka yang datang berkunjung untuk tujuan tersebut.

Tempat wisata adalah lokasi yang menarik bagi para pengunjung karena memiliki beragam sumber daya, baik yang bersifat alami maupun yang dibuat oleh manusia. Sumber daya ini bisa berupa keindahan alam seperti pegunungan, pantai, flora dan fauna, serta tempat-tempat buatan manusia yang memiliki nilai Sejarah seperti bangunan kuno, monumen, candi, tari-tarian tradisional, atraksi, dan unsur-unsur budaya khas lainnya. Tempat wisata adalah segala sesuatu yang menjadi tujuan wisata, dan daya tarik wisata sangat erat kaitannya dengan tempat wisata tersebut. Tempat wisata memiliki keunikan tertentu yang menjadi daya tarik utama bagi para pengunjung. Keunikan ini bisa tercermin dalam budaya lokal, keindahan dalam dan flora fauna, perkembangan teknologi, serta aspek spiritual suatu daerah wisata.

Kualitas suatu tempat wisata tidak hanya ditentukan oleh keadaan tempat wisata itu sendiri, tetapi juga oleh fasilitas, pelayanan, strategi pemasaran, dan ketersediaan akses yang mendukungnya. Penilaian yang diberikan oleh pengunjung terhadap tempat wisata tersebut dapat menjadi pedoman untuk pengembangan masa depan. Upaya pengembangan pariwisata, sangat penting untuk memenuhi harapan pengunjung agar mereka merasa puas dengan pengalaman yang mereka dapatkan,

sehingga mereka lebih lama tinggal dan memiliki keinginan untuk kembali ke tempat tersebut. Pengembangan objek wisata ini menjadi sumber pendapatan utama bagi setiap daerah, karena objek wisata dan daya tarik wisata merupakan elemen dan fasilitas yang berhubungan yang mampu menarik minat pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau lokasi tertentu. (Lumansik et al., 2022)

Daya tarik yang belum dimanfaatkan secara optimal merupakan potensi yang belum dapat dianggap sebagai daya tarik pariwisata, kecuali jika ada upaya pengembangan khusus. Objek dan daya tarik pariwisata adalah fondasi dari industri pariwisata. Tanpa adanya daya tarik di suatu daerah atau lokasi tertentu, pengembangan industri pariwisata akan menjadi suatu tantangan yang berat. Untuk berhasil, objek wisata harus terus meningkatkan kualitasnya agar menciptakan persepsi positif. Kualitas objek wisata menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana daya tariknya bagi pengunjung. Kualitas ini sangat berkaitan dengan daya tarik objek tersebut, fasilitas yang disediakan, infrastruktur, transportasi, dan tingkat pelayanan yang diberikan kepada pengunjung. Semua faktor ini mempengaruhi apakah suatu objek wisata dianggap layak dikunjungi atau tidak. Objek wisata juga harus memiliki infrastruktur dan sarana transportasi yang memadai agar pengunjung dapat dengan mudah mencapai tujuan wisata mereka, dan ketersediaan fasilitas menjadi kunci dalam memenuhi kebutuhan pengunjung saat berada jauh dari rumah mereka.

2.1.3 Pariwisata

Pariwisata, sesuai dengan Undang-undang No. 9 Tahun 1990. (I Putu Gelgel, 2021). Tentang kepariwisataan, mencakup segala hal yang terkait dengan aktivitas wisata, termasuk pengelolaan objek dan daya tarik wisata, serta usaha-usaha terkait dalam industri ini. Sementara menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata merujuk pada beragam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintahan daerah. (Paramarta et al., 2009). Kata “pariwisata” sendiri berasal dari dua kata yaitu “*pari*” yang dapat diartikan sebagai banyak, berulang-ulang, atau melibatkan beberapa kali, dan “*wisata*” yang dapat diartikan sebagai perjalanan atau berpergian. Konteks ini, istilah “pariwisata” dapat

dijelaskan sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang atau berulang kali dari satu tempat ke tempat lain, yang dalam Bahasa Inggris sering disebut sebagai “*tour*”. (Welhelmina et al., 2020).

Industri pariwisata terus mengalami perkembangan yang mengikuti perkembangan zaman dan selalu menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumennya. Pariwisata masih dianggap sebagai alternatif yang berpotensi dalam mempercepat pembangunan di berbagai negara dan daerah yang tidak memiliki keunggulan komparatif dalam sektor industri. Pengembangan sektor pariwisata umumnya diarahkan sebagai sektor utama yang dapat memacu pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pendapatan daerah, menciptakan lapangan kerja, memberikan peluang berusaha, dan juga mempromosikan produk dalam rangka meningkatkan kesejahteraan pengunjung. (Widiastuti, 2017).

Menurut Undang-undang No 10 Tahun 2009 Pasal 3 sektor pariwisata berfungsi untuk memenuhi kebutuhan fisik, mental dan intelektual dari setiap wisatawan melalui kegiatan rekreasi dan perjalanan, serta untuk meningkatkan pendapatan negara dengan tujuan mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Selanjutnya, Pasal 4 menyatakan bahwa tujuan sektor pariwisata adalah :

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
- b. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- c. Mengurangi kemiskinan.
- d. Mengatasi masalah pengangguran.
- e. Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya.
- f. Memajukan kebudayaan.
- g. Meningkatkan citra bangsa.
- h. Membangun rasa cinta tanah air.
- i. Memperkuat identitas dan kesatuan bangsa.
- j. Mempererat hubungan persahabatan antarnegara.

Undang-Undang ini menjelaskan bahwa sektor pariwisata memiliki peran penting dalam berbagai tujuan pembangunan ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan, serta dalam mempromosikan Kerjasama antarnegara. Menurut Cooper dan rekan rekannya pada tahun 1995, ada empat komponen yang perlu dimiliki oleh

suatu objek wisata, yaitu : daya tarik (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), fasilitas atau fasilitas pendukung (*amenity*), dan unsur-unsur tambahan (*ancillary*) (Endah, 2020).

- a. Atraksi (*Attraction*) adalah elemen penting dalam menarik perhatian wisatawan suatu daerah, dan jika kondisinya memungkinkan, dapat diubah menjadi tujuan wisata yang menarik. Terdapat tiga jenis modal atraksi yang dapat menarik kedatangan wisatawan, yaitu: Sumber Daya Alam (Alami), Atraksi Wisata Budaya, dan Atraksi buatan manusia yang diciptakan.
- b. Aksesibilitas (*Accessibility*) merupakan aspek yang sangat krusial dalam aktivitas pariwisata. Aksesibilitas ini sering disamakan dengan istilah transferabilitas, yang mengacu pada kemudahan berpindah dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata yang signifikan, maka penting untuk menyediakan aksesibilitas yang memadai agar daerah tersebut menjadi lebih mudah diakses dan dikunjungi oleh wisatawan.
- c. Fasilitas atau Akomodasi (*Amenity*) merujuk kepada berbagai fasilitas dan layanan yang diperlukan oleh wisatawan selama mereka berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang harus tersedia meliputi tempat menginap, restoran, tempat rekreasi, area perkemahan, sistem transportasi, serta agen perjalanan. Di samping itu, untuk pengembangan fasilitas pariwisata, infrastruktur seperti jalan raya, pasokan air, fasilitas toilet, pasokan listrik, dan pengelolaan sampah juga menjadi elemen penting yang dibutuhkan.
- d. Pelayanan tambahan (*Ancillary*) merupakan pelayanan yang harus disediakan oleh pemerintah daerah tujuan wisata, baik untuk kepentingan wisatawan maupun pelaku industri pariwisata.

2.1.4 Potensi

Potensi, sebagaimana yang dijelaskan oleh Nurhayati (2017) dalam (Endah, 2020), adalah kapabilitas yang memiliki potensi untuk diperluas, termasuk kekuatan, keterampilan, dan kapasitas yang dapat dikembangkan menjadi lebih besar. Istilah potensi tidak hanya berlaku untuk individu, tetapi juga dapat digunakan untuk menggambarkan entitas lain seperti potensi suatu daerah, potensi

pariwisata, dan lain sebagainya. Sedangkan menurut Ahmad Soleh (2017) dalam (Endah, 2020), potensi lokal desa adalah kekuatan, kapabilitas, dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu desa yang memiliki potensi untuk dikembangkan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Lebih lanjut, Soleh membagi potensi desa menjadi dua kategori utama, yaitu potensi fisik yang mencakup aspek seperti tanah, air, iklim, lingkungan geografis, hewan ternak, dan sumber daya manusia, serta potensi nonfisik yang melibatkan masyarakat beserta interaksinya, lembaga sosial, lembaga pendidikan, organisasi sosial desa, dan aparatur dan pemangku kepentingan desa. (Endah, 2020)

Kemampuan yang dimiliki suatu desa yang mungkin untuk dikembangkan tetap selamanya akan menjadi potensi bila tidak diolah, atau didayagunakan menjadi suatu realita berwujud kemanfaatan kepada masyarakat. Karena itu potensi wilayah memerlukan upaya-upaya tertentu untuk membuatnya bermanfaat kepada masyarakat. Menurut Soetomo, ada tiga hal yang diperlukan dalam mengidentifikasi potensi lokal :

- a. Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat yang selalu berkembang seiring perubahan dan perkembangan masyarakat. Kemampuan untuk mengenali kebutuhan ini mencerminkan kemampuan masyarakat dalam membandingkan situasi saat ini dengan apa yang dianggap sebagai kondisi ideal, sesuai dengan aspirasi mereka
- b. Identifikasi potensi, sumber daya, dan peluang yang juga senantiasa berkembang. Identifikasi ini penting karena tanpa itu, potensi dan sumber daya yang ada akan tetap tidak terlihat dan tidak digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Proses identifikasi ini menjadi bagian penting dari pendekatan yang mengutamakan pemanfaatan potensi dan sumber daya lokal dalam pemberdayaan masyarakat. Hal ini diperlukan untuk merangkum semua potensi dan sumber daya yang tersedia, termasuk sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya sosial. Sumber daya sosial memiliki tingkat penting yang sama dengan sumber daya lainnya.
- c. Proses dan upaya untuk menemukan cara yang lebih menguntungkan dalam memanfaatkan potensi dan sumber daya yang ada. Masyarakat akan belajar dan

mengadaptasi pengetahuan mereka melalui proses sosial dan beradaptasi dengan lingkungan mereka. Ini akan membantu mereka menemukan cara-cara baru dan lebih menguntungkan untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia.

Dapat dikatakan bahwa untuk mencapai tingkat kesejahteraan masyarakat desa perlu mengolah potensi lokal yang dimiliki baik sumber daya manusia dan sumber daya alam. Potensi lokal berupa sumber daya manusia dalam pemberdayaan masyarakat sebagai subyek pembangunan yang mengetahui permasalahan masyarakat sendiri sedangkan sumber daya alam merupakan kekayaan dimanfaatkan untuk mengangkat kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat desa sendiri.

2.1.5 Sapta Pesona Pariwisata

Sapta pesona merupakan tujuh kondisi yang harus selalu diwujudkan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari sebagai suatu upaya untuk memperbesar daya saing pariwisata. Adapun pengaplikasian sapta pesona menurut (Isdarmanto, 2017) sudah lama disosialisasikan oleh pemerintah dan disebarluaskan untuk diterapkan dalam dunia pariwisata di Indonesia :

1. Indah (keindahan objek daya tarik wisata yang mampu memberikan daya tarik khusus dari aspek kondisi alam, penataan *landscape*, arsitektur bangunan dan pernak-pernik assesories yang sesuai dengan lingkungan yang ada).
2. Aman (faktor jaminan keamanan dan kenyamanan berwisata terbentuknya privasi individu maupun kelompok dalam menikmati suasana berwisata, tegaknya disiplin yang tinggi pengelola wisata, juga wisatawan, fasilitas pengamanan dengan CCTV, *alarm warning*. Sehingga terhindari perbuatan-perbuatan yang pelanggaran hukum).
3. Tertib (infrastruktur yang terkelola dengan baik, rambu-rambu, petunjuk yang jelas, tanda-tanda larangan dan sebagainya).
4. Bersih (kondisi nyata lingkungan dan keberadaan fasilitas sarana, prasarana objek wisata yang terjamin bersih dan berkualitas akan mampu memberikan kenyamanan bagi wisatawan dalam menggunakan fasilitas yang ada).

5. Sejuk (suasana atmosfer lingkungan yang dapat dinikmati wisatawan selama berkunjung sehingga mereka betah dan nyaman berwisata).
6. Ramah (sikap dan perilaku SDM pariwisata sebagai pengelola dalam memberikan pelayanan (*service*) mampu memberikan kepuasan kepada wisatawan (*costumer satisfaciton*).
7. Ketenangan (merupakan salah satu amenities yang berupa souvenir, cidera mata, yang diharapkan mampu memberikan sentuhan hati wisatawan untuk dibawa pulang ke daerahnya dapat berupa produk seni kriya yang spesifik dengan kemasan yang bagus menarik dan mudah di bawa seperti: *t-shirt*, *keychain*, *keyholder*, *magnet*, *small bag*, topi, baju batik, slayer, dan sebagainya).

2.1.6 Jenis dan Macam Pariwisata

Sesuai dengan potensi yang dimiliki atau warisan yang ditinggalkan nenek moyang, maka timbulah bermacam-macam pariwisata yang dikembangkan. Sebagian kegiatan yang lama kelamaan mempunyai cirinya tersendiri. Ditinjau dari segi ekonomi, pemberian klasifikasi tentang jenis pariwisata itu dianggap penting, karena dengan cara itu kita akan dapat menentukan berapa penghasilan devisa yang diterima dari suatu macam pariwisata yang dikembangkan disuatu tempat atau daerah tertentu (Suwena & Widyatmaja, 2010). Jenis dan macam pariwisata itu diantaranya sebagai berikut :

1. Menurut letak geografis, dimana kegiatan pariwisata berkembang yaitu :

- a. Pariwisata lokal

Yang dimaksud dengan jenis pariwisata semacam ini adalah pariwisata setempat, yang mempunyai ruang lingkup relatif sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja. Misalnya, kepariwisataan kota Bandung.

- b. Pariwisata Regional

Kegiatan kepariwisataan yang berkembang disuatu tempat atau daerah yang ruang lingkupnya lebih luas bila dibandingkan dengan ‘*local tourism*’, tetapi lebih sempit jika dibandingkan dengan ‘*nationaltourism*’. Contohnya, kepariwisataan Sumatera, Bali.

c. Kepariwisataan Nasional

1) Kepariwisataan dalam arti sempit

Yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang dalam wilayah suatu negara. Dimana titik beratnya orang yang melakukan perjalanan wisata adalah warga negara sendiri dan orang-orang asing yang berdomisili di negara tersebut.

2) Kepariwisataan Nasional dalam arti luas

Yaitu kepariwisataan yang berkembang dalam suatu wilayah suatu negara, selain kegiatan “*domestic tourism*” juga dikembangkan “*foresign tourism*” dimana didalamnya “*in bound tourism*” dan “*out going tourism*”.

Jadi disini, selain adanya lalu lintas wisatawan didalam negeri sendiri juga ada lalu lintas wisatawan dari luar negeri, maupun dari dalam negeri ke luar negeri.

d. Regional Internasional *tourism*

Yaitu kegiatan kepariwisata yang berkembang disuatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut. Misalnya kepariwisataan ASEAN, Timur, Eropa Barat.

e. Internasional *Tourism*

Pengertian ini sinonim dengan kepariwisataan dunia (*world tourism*), yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang diseluruh negara di dunia, termasuk didalamnya selain “*regional-internasional tourism*” juga kegiatan “*national tourism*”.

2. Menurut pengaruhnya terhadap neraca pembayaran dapat dibagi atas dua jenis penting yaitu :

- a. *In Tourism* atau pariwisata aktif, yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala masuknya wisatawan asing ke suatu negara tertentu. Disebut sebagai pariwisata aktif, karena dengan masuknya wisatawan asing tersebut, berarti dapat memasukan devisa bagi negara yang dikunjungi yang

dengan sendirinya akan memperkuat posisi neraca pembayaran negara yang dikunjungi wisatawan tersebut.

- b. *Out-going Tourism* atau pariwisata aktif, yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga negara sendiri berpergian keluar negeri sebagai wisatawan. Disebut sebagai pariwisata pasif, karena ditinjau dari segi pemasukan devisa negara, kegiatan ini merugikan negara asal wisatawan, karena uang yang seharusnya dibelanjakan didalam negeri dibawa ke luar negeri dan tidak ada arti ekonominya bagi negara sendiri.
3. Menurut alasan atau tujuan perjalanan
 - a. *Business Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana pengunjung datang untuk tujuan dinas, usaha datang atau yang berhubungan dengan dengan pekerjaan, *meeting, insentif, convention, exhibition (MICE)*.
 - b. *Vocational Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana orang-orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur atau memanfaatkan waktu luang.
 - c. *Educational Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana pengunjung melakukan perjalanan untuk tujuan studi atau mempelajari sesuatu bidang ilmu pengetahuan. Termasuk ke dalamnya adalah darmawisata (*study-tour*).
 4. Menurut saat atau waktu berkunjung
 - a. *Sensaional Tourism* yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu.
 - b. *Occasional Tourism* yaitu jenis pariwisata, dimana perjalanan wisatanya dihubungkan dengan kejadian suatu event.
 5. Pembagian menurut objeknya
 - a. *Cultural Tourism* yaitu jenis pariwisata, dimana motivasi orang-orang untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni budaya suatu tempat atau daerah.
 - b. *Recuperational Tourism* biasanya disebut sebagai pariwisata kesehatan. Tujuan dari pada orang-orang untuk melakukan perjalanan adalah untuk menyembuhkan sesuatu penyakit, seperti mandi disumber air panas, mandi lumpur seperti yang banyak dijumpai di Eropa.

- c. *Commercial Tourism* disebut sebagai pariwisata perdagangan, karena perjalanan wisata ini dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional dan internasional.
 - d. *Sport Tourism* biasanya disebut sebagai pariwisata olahraga. Yang dimaksud dengan jenis pariwisata ini ialah perjalanan orang-orang yang bertujuan untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olahraga disuatu tempat atau negara tertentu.
 - e. *Political Tourism* yaitu pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan tujuannya melihat atau menyaksikan suatu peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara.
Misalnya memperingati hari kemerdekaan suatu negara.
 - f. *Social Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana dari segi penyelenggaraanya tidak menekankan untuk mencari keuntungan, misalnya *study tour*, piknik ataupun yang lainnya.
 - g. *Regional Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan tujuannya melihat atau menyaksikan upacara-upacara keagamaan, seperti upacara Bali, Krama di Besakih, haji umroh bagi agama islam, ataupun yang lainnya.
 - h. *Marine tourism* merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang. Memancing, menyelam, dan olahraga lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
6. Menurut jumlah orang yang melakukan perjalanan :
- a. *Individual tourism* yaitu seorang wisatawan atau satu keluarga yang melakukan perjalanan secara bersama.
 - b. *Family group tourism* yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh rombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.
7. Menurut alat pengangkutan yang digunakan :
- a. *Land tourism* yaitu jenis pariwisata yang dalam kegiatannya menggunakan transportasi darat, seperti bus, taksi, dan kereta api.

- b. *Sea tourism* yaitu kegiatan kapariwisata yang menggunakan angkutan laut untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata.
 - c. *Air tourism* yaitu jenis pariwisata yang menggunakan angkutan udara dari dan ke daerah tujuan wisata.
8. Menurut umur yang melakukan perjalanan :
- a. *Youh tourism* yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan bagi para remaja yang suka melakukan perjalanan wisata dengan harga relatif murah.
 - b. *Adult tourism* yaitu kegiatan pariwisata yang diikuti oleh orang-orang yang berusia lanjut, Biasanya orang yang melakukan perjalanan adalah para pensiunan.
9. Menurut jenis kelamin :
- a. *Masculine tourism* yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya hanya diikuti oleh kaum pria saja, seperti safari, *hunting*, dan *adventure*.
 - b. *Femine tourism* yaitu jenis pariwisata yang hanya diikuti oleh kaum wanita saja, seperti rombongan untuk menyaksikan demonstrasi memasak.
10. Menurut harga dan tingkat sosial :
- a. *Deluxe tourism* yaitu perjalanan wisata yang menggunakan fasilitas standar mewah, baik alat angkutan, hotel, maupun atraksinya.
 - b. *Middle class tourim* yaitu jenis perjalanan wisata yang diperuntukan bagi mereka yang menginginkan fasilitas dengan harga tidak terlalu mahal, tetapi tidak terlalu jelek pelayanannya.
 - c. *Social tourism* yaitu perjalanan wisata yang penyelenggaraanya dilakukan secara bersama dengan biaya yang diperhitungkan semurah mungkin dengan fasilitas cukup memadai selama dalam perjalanan.

2.1.7 Pengembangan dan Pengelolaan Objek Wisata

Sebuah destinasi pariwisata dapat dikatakan akan melakukan pengembangan wisata jika sudah ada aktivitas wisata sebelumnya, untuk dapat meningkatkan potensi pariwisatanya, yang perlu dilakukan adalah merencanakan pengembangan destinasi pariwisata agar dapat lebih baik dari sebelumnya (kembali pada fase *development*). Strategi pengembangan merupakan upaya-upaya yang dilakukan yang bertujuan memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kualitas

ekosistem kepariwisataan pada destinasi pariwisata sehingga mampu menjadi satu pilihan utama masyarakat untuk berwisata ke destinasi tersebut. Kunjungan wisatawan tersebut akan mampu memberikan suatu manfaat baik bagi masyarakat lokal di sekitar destinasi pariwisata dan lebih lanjut akan menjadi pemasukan bagi operator pariwisata, pendapatan asil daerah maupun ekonomi nasional (Yono, 2020).

Pengembangan yang dilakukan baik oleh pengelola atau pemerintah selalu memperhitungkan daya dukung dan manfaat bagi pengelola maupun pengunjung terhadap objek wisata yang akan dikembangkan agar objek wisata tersebut bisa lebih menarik dan dikenal lebih banyak. Pemerintah juga sangat berperan dalam mengembangkan pariwisata yang sangat berdampak pada kemajuan suatu sektor pariwisata misalnya dalam menyediakan infrastruktur, dan memperlengkap semua bentuk fasilitas.

2.1.8 Sarana dan Prasarana Pariwisata

Sarana prasarana sangat membutuhkan dalam semua sektor termasuk sektor pariwisata. Meskipun secara etimologi sarana dan prasarana memiliki perbedaan, namun keduanya memiliki keterkaitan yang sangat penting sebagai alat penunjang keberhasilan suatu yang dilakukan. Demikian juga dengan pariwisata . Suatu proses kegiatan pariwisata yang akan dilakukan tidak akan dapat mencapai hasil yang diharapkan sesuai dengan rencana, jika sarana dan prasarana tidak tersedia (Kristiana et al., 2018). Berikut penjelasan tentang pengertian sarana dan prasarana kepariwisataan beserta bagian-bagian dan contoh bentuk nya sebagai berikut :

a. Sarana Pariwisata

Sarana pokok (*main tourism superstructure*) Sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata. Yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah

1. *Travel agent*
2. *Tour operator*
3. Angkutan wisata

4. Rumah makan
5. Akomodasi
6. Objek wisata
7. Atraksi wisata

b. Sarana Pelengkap Kepariwisataaan (*Suplementing Tourism Superstructure*)

Yaitu perusahaan-perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah :

- 1) Sarana Olahraga
- 2) Sarana pariwisata sekunder, dan amusement lainnya

c. Sarana Penunjang Kepariwisataaan (*Supporting Tourism Superstructure*)

Sarana pelengkap dan sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi memiliki fungsi lain yaitu, membuat wisatawan atau pengunjung daerah tujuan wisata lebih banyak mengeluarkan dan membelanjakan uangnya di tempat tujuan wisata yang mereka kunjungi. Adanya sarana pelengkap dan penunjang pariwisata seperti yang telah diuraikan di atas akan mendukung sarana-sarana pokok. Hal ini berarti bahwa ketiga sarana pariwisata tersebut, satu sama lainnya harus saling mengisi dan melengkapi

1) Prasarana Pariwisata

Prasarana (*Infrastructures*) adalah semua fasilitas yang menunjang kelancaran proses perekonomian. Dengan adanya prasarana ini dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Prasarana (*Infrastructures*) dibagi atas tiga bagian yang penting dan satu diantaranya disebut sebagai prasarana pariwisata.

2) Prasarana Pariwisata Umum (*General Infrastructures*)

Prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak yang pengadaanya bertujuan untuk membantu kelancaran roda perekonomian yaitu sebagai berikut:

- a. Pembangkit tenaga listrik dan sumber energi lainnya

- b. Sistem jaringan jalan raya dan jalur kereta api
 - c. Sistem irigasi
 - d. Perhubungan dan Telekomunikasi
- 3) Kebutuhan Masyarakat Banyak (*Basic Needs of Civilized Life*)
- Prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak, seperti halnya rumah sakit, apotik, bank, kantor pos, pompa bensin, dan administrasi pemerintahan.
- 4) Prasarana Kepariwisata
- a. *Receptive Tourist Plant*

Segala bentuk badan usaha atau organisasi yang kegiatannya khusus untuk mempersiapkan kedatangan wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata yaitu sebagai berikut :

 - Perusahaan yang kegiatannya adalah merencanakan dan menyelenggaraan perjalanan bagi orang yang akan melakukan perjalanan wisata.
 - Badan atau organisasi yang memberikan penerangan, penjelasan, promosi, dan propaganda tentang suatu daerah tujuan wisata.
 - b. *Residential Tourist Plant*

Semua fasilitas yang dapat menampung kedatangan para wisatawan untuk menginap dan tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata, Termasuk di daerah kelompok ini adalah semua bentuk akomodasi yang diperuntukan bagi wisatawan, termasuk segala bentuk restoran dan rumah makanan yang ada.
 - c. *Recreative and Sportive Plant*

Semua fasilitas yang dapat digunakan untuk tujuan rekreasi dan olahraga, Misalnya saja teman bermain untuk anak-anak tempat olahraga untuk penunjang seperti kolam renang, lapangan golf dan fasilitas lainnya.

2.1.9 Strategi Pengembangan Pariwisata

Berkaitan dengan pengembangan pariwisata, Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan kebijakan berupa Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang

kepariwisataan. Pada pasal 2 dinyatakan penyelenggaraan kepariwisataan berasaskan manfaat, keseimbangan, kemandirian, partisipatif, kelestarian, dan berkelanjutan. Pada pasal 4 dinyatakan tujuan kepariwisataan adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan lingkungan sumber daya alam, serta memajukan kebudayaan.

Prinsip penyelenggara kepariwisataan menunjang tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai konsep hidup dalam keseimbangan hubungan anantara manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan manusia sesama manusia, dan hubungan manusia dengan lingkungan, memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup, memberdayakan masyarakat setempat. Strategi pengembangan pariwisata adalah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan potensi pariwisata yang ada di suatu kawasan, cara yang dilakukan dapat berupa melakukan perbaikan terhadap infrastruktur yang ada baik itu secara fisik maupun nonfisik, sehingga semua itu bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada disekitar daerah tujuan wisata. Adapun bentuk-bentuk strategi yang dilakukan adalah strategi promosi keseluruhan paket wisata baik objek wisata alam maupun objek wisata buatan melalui program pengembangan seperti berikut :

- a. Promosi dapat dilakukan melalui media brosur yang disebar di hotel atau di tempat umum (*mall* atau pusat perbelanjaan).
- b. Promosi melalui media internet yang dapat dilakukan oleh pihak Sub Dinas Pariwisata bekerjasama dengan pihak sponsor yang memiliki jaringan bisnis di bidang pariwisata. Cara mempromosikan lainnya sangat tepat yaitu promosi melalui media sosial. Seperti halnya penyebaran aplikasi Instagram, facebook, website dan fitur promosi yang lainnya.
- c. Suatu onjek wisata agar menjadi daerah tujuan wisata maka objek wisata tersebut harus siap menerima kedatangan wisatawan dengan memberikan pelayanan yang baik setiap kunjungan wisatawan.
- d. Bekerjasama pada pihak hotel untuk mempromosikan objek wisata ppasar wisata internasional.

2.1.10 Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata memiliki arti yang identic dengan atraksi wisata. Menurut (Ismayanti, 2020) Undang-Undang nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataa, Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil batuan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatwan. Daya tarik wisata tersebut harus dikelola sedemikian rupa agar keberlangsungannya dan kesinambungannya terjamin. Daya tarik wisata terdiri atas :

- a. Daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna, Daya tarik alam adalah daya tarik alami yang telah ada dengan sendirinya tanpa campur tangan manusia.
- b. Daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, dan tempat hiburan. Daya tarik buatan manusia bisa juga merupakan perpaduan buatan manusia dan keadan alami seperti wisata agro, wisata berburu dan lainnya.

Menurut Pujaastawa dan Ariana (2015) Penjabaran tentang jenis-jenis daya tarik wisata tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan pengertian daya tarik adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Berdasarkan pengertian tersebut, bahwa potensi daya tarik wisata diartikan sebagai segala sumber daya alam, budaya dan buatan manusia yang seluruhnya dapat berpotensi untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata.

Jenis-jenis daya tarik wisata yang dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025, sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata alam dapat dijabarkan secara lebih rinci lagi sebagai berikut:
 - a. Daya Tarik Wisata Alam Secara garis besar daya tarik wisata alam dapat dibedakan menjadi 2 yaitu daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan di wilayah perairan laut seperti

bentang pesisir pantai, bentang laut, dan kolam air dan dasar laut. Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan di wilayah daratan seperti pegunungan dan hutan alam taman nasional taman wisata alam/taman hutan raya, perairan sungai dan danau, perkebunan, pertanian, dan bentang alam khusus seperti gua, padang pasir dan sejenisnya.

- b. Daya Tarik Wisata Budaya Daya tarik wisata budaya merupakan daya tarik wisata yang berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Daya tarik wisata budaya dapat dibedakan atas daya tarik yang berwujud dan tidak berwujud. Daya tarik yang berwujud seperti cagar budaya, perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas, serta museum. Sedangkan daya tarik yang tidak berwujud seperti kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktivitas budaya masyarakat yang khas di suatu tempat, serta kesenian seperti angklung, reog dan sebagainya.
 - c. Daya tarik wisata buatan manusia Daya tarik hasil buatan manusia digolongkan sebagai daya tarik wisata khusus yang merupakan kreasi artifisial dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar wisata alam dan budaya. Daya tarik wisata buatan manusia ini meliputi fasilitas rekreasi dan hiburan atau taman bertema, fasilitas peristirahatan terpadu, serta fasilitas rekreasi dan olahraga.
2. Daya tarik wisata budaya adalah daya tarik wisata berupa hasil oleh cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya, Daya tarik wisata budaya dapat dibedakan atas daya tarik bersifat berwujud (*tangible*) dan tidak terwujud (*intangible*). Daya tarik wisata budaya yang bersifat berwujud antara lain berupa :
- a. Cagar budaya yang meliputi benda cagar budaya, yaitu benda alam atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak,
 - b. Perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas seperti Kampung Naga, Kampung Suku Baduy dan lain sebagainya.
 - c. Museum, seperti Museum Bahari, Museum Nasional dan lain sebagainya.

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

- a. Kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktivitas budaya masyarakat yang khas di suatu area atau tempat, seperti sekaten, karapan sapi, pasola dan lain sebagainya.
 - b. Kesenian, seperti angklung, sasando dan lain sebagainya.
3. Daya tarik Wisata Hasil Buatan Manusia digolongkan sebagai daya tarik wisata khusus yang merupakan kreasi artifisial (*artificially created*) dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar ranah wisata alam dan wisata budaya, Daya tarik wisata hasil buatan manusia/khusus, selanjutnya dapat dijabarkan meliputi :
- a. Fasilitas rekreasi dan hiburan atau teman bertema, yaitu fasilitas yang berhubungan dengan motivasi untuk rekreasi hiburan (*entertainment*) maupun penyaluran hobi, seperti taman bertema (*theme park*) atau taman hiburan (Kawasan Trans Studio, Taman Impian Jaya Ancol, Taman Mini Indonesia Indah).
 - b. Fasilitas Peristirahatan terpadu (*integrate resort*), yaitu kawasan peristirahatan dengan komponen pendukungnya yang membentuk kawasan terpadu, seperti Kawasan Nusa Dua Resort, Kawasan Tanjung Lesung, dan lain sebagainya.
 - c. Fasilitas rekreasi dan olahraga, seperti kawasan rekreasi dan olahraga Senayan, Kawasan padang golf, dan lain sebagainya.

Ketiga jenis daya tarik wisata tersebut dapat dikembangkan lebih lanjut dalam berbagai sub jenis atau kategori kegiatan wisata, antara lain :

- a. Wisata pertualangan (*adventure tourism*).
- b. Wisata bahari (*marine tourism*).
- c. Wisata agro (*farm tourism*).
- d. Wisata kreatif (*creative tourism*).
- e. Wisata kapal pesiar (*cruise tourism*).
- f. Wisata kuliner (*culinary tourism*).
- g. Wisata budaya (*cultural tourism*).
- h. Wisata sejarah (*heritage tourism*).

- i. Wisata memorial (*dark tourism*), seperti *Ground Zero World Trade Centre*, *Ground Zero Legian Bali*, Merapi pasca letusan.
- j. Wisata ekologi (*ecotourism/wild tourism*).
- k. Wisata pendidikan (*educational tourism*).
- l. Wisata ekstrim dan menantang bahaya (*extreme tourism*), seperti bercanda dengan hiu, bercanda dengan buaya.
- m. Wisata kesehatan (*medical tourism atau wellness tourism*).
- n. Wisata alam (*nature-based tourism*).
- o. Wisata religi (*religious tourism/pilgrimage tourism*).
- p. Wisata budaya kekinian (*pop culture tourism*).
- q. Wisata desa (*rural tourism*).
- r. Wisata luar angkasa (*space tourism*).
- s. Wisata olahraga (*sport tourism*).
- t. Wisata kota (*urban tourism*) dan
- u. Wisata relawan (*volunteer tourism*).
- v. Wisata pertemuan, Wisata insentif, konferensi dan pameran (*meeting, incentive, convention, dan exhibition tourism*).
- w. Wisata massal (*mass tourism*).

2.1.11 Syarat-Syarat Pariwisata

- a. *Something to see* (sesuatu untuk dilihat) Di tempat tersebut harus ada objek dan daya tarik wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain dengan kata lain, Daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan entertainment bagi wisatawan.
- b. *Something to do* (sesuatu untuk dikerjakan) Selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama di tempat itu.
- c. *Something to buy* (sesuatu untuk dibeli) Daya tarik wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan tangan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal.

2.1.12 Aksesibilitas dalam Pariwisata

Aksesibilitas merupakan salah satu aspek pendukung yang penting dalam pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral. Suatu objek wisata tidak akan terjadi kunjungan oleh wisatawan apabila tidak adanya jaringan transportasi. Objek wisata merupakan akhir dari perjalanan wisata dan harus memenuhi syarat aksesibilitas, yang artinya objek wisata harus bisa mempunyai jangkauan yang mudah dicapai dan juga sendiri mudah ditemukan.

Aksesibilitas juga merupakan salah satu aspek dalam penawaran pariwisata, karena para pelaku dalam industri pariwisata tentu memperhatikan kemudahan wisatawan untuk mencapai tujuan wisatanya. Suatu kemudahan yang diperoleh orang untuk menuju suatu tempat dapat disebut juga dengan aksesibilitas. Akses perjalanan menuju lokasi menjadi hal penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola pariwisata serta oleh masyarakat sekitar karena jalan yang curam, dataran tinggi, jalur yang berliku akan sulit dan rawan dilalui oleh kendaraan. Aksesibilitas berpengaruh pada minat kunjung kembali, jika pengunjung yang berkunjung suatu saat ingin kembali mengunjungi objek wisata tersebut, tentu akan mempertimbangkan akses menuju lokasi, dan mempersiapkan kemungkinan yang akan dihadapi saat melakukan perjalanan, sehingga perjalanan pariwisata akan terasa menyenangkan dan merasa nyaman. Sedangkan menurut Soekadijo mengungkapkan persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi dimana fasilitas harus mudah ditemukan dan mudah dicapai, harus memiliki kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat objek wisata serta harus ada akhir tempat suatu perjalanan, untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung dalam aksesibilitas dapat diukur dengan indikator aksesibilitas menurut Soekadijo dalam (Khotimah & Astuti, 2022), adalah sebagai berikut :

a. Akses Informasi

Adanya kemajuan, manusia telah menjadikan dunia sebagai tempat menyalurkan segala bentuk keinginannya tanpa batas. Masukan informasi yang lengkap tentunya menjadikan akses untuk wisatawan semakin mudah untuk mengetahui dan menyeleksi kawasan-kawasan yang akan dikunjungi. Informasi itu dapat berupa promosi dan publikasi. Promosi adalah kegiatan yang intensif

dilakukan dengan waktu yang relatif singkat, Promosi merupakan salah satu faktor terpenting dalam menentukan suatu program pemasaran. Meskipun suatu produk memiliki kualitas yang baik, apabila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Dalam mengadakan promosi yang tepat harus menyadari bahwa yang didistribusikan bukan merupakan produk yang sudah jadi melainkan hanya komponen-komponennya saja, atraksi dan fasilitasnya.

Komponen-komponen tersebut harus diolah menjadi sebuah produk pariwisata yang lengkap yakni perjalanan ke tempat wisata dengan menggunakan sarana angkutan roda empat maupun roda dua, untuk dapat mengunjungi suatu objek wisata yang ingin dikunjungi. Sedangkan publikasi berusaha untuk mempengaruhi permintaan dengan cara menonjolkan kesesuaian produk pariwisata dengan permintaan. Publikasi dapat berupa *leaflet*, brosur, serta publikasi melalui media massa.

b. Akses Kondisi jalan menuju objek wisata

Kondisi jalan objek wisata dan jalan akses harus saling berhubungan dengan prasarana umum. Kondisi jalan umum dan jalan akses sangat menentukan aksesibilitas suatu objek wisata merupakan syarat penting untuk objek wisata.

c. Tempat akhir perjalanan

Terminal harus ada tempat objek wisata, setidaknya tempat parkir. Jalan dan tempat parkir sebaiknya harus sesuai dengan kebutuhan yaitu sesuai dengan jumlah wisatawan yang diharapkan kedatangannya dan jenis serta kendaraan yang diperkirakan akan digunakan oleh para wisatawan.

2.1.13 Promosi

Promosi pariwisata merupakan bentuk komunikasi pemasaran dalam pariwisata yang tujuannya untuk memengaruhi target wisatawan agar berkunjung ke daerah wisata yang dipromosikan. Tujuan dari promosi secara spesifik adalah untuk menginformasikan (*to inform*) dan untuk mempengaruhi (*to persuade*). Bentuk-bentuk promosi yang dikenal sebagai bauran promosi terdiri dari personal

selling, mass selling, promosi penjualan, public relations, dan direct marketing (Suwarso, 2021).

2.1.14 Partisipasi Masyarakat

Dikaitkan dengan masyarakat, maka peran masyarakat memiliki artian tindakan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang mencerminkan kesamaan perilaku sebagai sebuah entitas komunal yang berkaitan dengan struktur sosial tertentu (Herdiana, 2019). Dari pemahaman tersebut di atas, maka peran masyarakat memiliki sifat-sifat sebagai berikut:

- a. Perilaku sekelompok orang, dimana tindakan tersebut dilakukan secara bersama-sama oleh individu-individu yang ada dalam suatu kelompok.
- b. Adanya pembagian peran masing-masing anggota kelompok.
- c. Adanya kesamaan perilaku dari kelompok tersebut yang meliputi pola pikir dan pola tindak.
- d. Perilaku tersebut merupakan perwujudan dari ciri atau kehendak kelompok.
- e. Dilakukan dalam suatu struktur sosial tertentu. Pemahaman peran masyarakat tersebut dalam konteks pengembangan desa wisata memiliki artian sebagai adanya kesamaan pola pikir maupun pola tindak dari masyarakat perdesaan mengenai potensi wisata yang ada di desanya, untuk kemudian masyarakat tersebut secara bersama-sama melakukan suatu tindakan dalam upayanya untuk mewujudkan tujuan pengembangan pariwisata sebagai sebuah dimensi yang mampu memberikan dampak positif bagi mereka, serta mampu mencerminkan identitas mereka sebagai sebuah kesatuan masyarakat yang memiliki struktur sosial yang khas atau unik.

Lebih lanjut mengenai bentuk peran masyarakat dalam pengembangan pariwisata, setidaknya dapat dibagi ke dalam 5 (lima), yaitu sebagai berikut :

- a. pertama, peran masyarakat sebagai pemrakarsa yang mana masyarakat menjadi pihak pertama yang menemukan dan menggali potensi pariwisata
- b. Kedua, peran masyarakat sebagai pelaksana yang mana masyarakat menjadi pihak yang menginisiasi pelaksanaan
- c. Ketiga pengembangan pariwisata sampai dengan terwujudnya objek wisata

- d. Ketiga, peran masyarakat sebagai penyerta yang mana masyarakat turut serta dalam proses pengembangan pariwisata, namun bukan sebagai pihak yang memiliki kewenangan dalam pengembangan pariwisata, melainkan turut berpartisipasi sebagai salah satu aktor atau pelaku pengembangan wisata.
- e. Keempat, peran masyarakat sebagai peninjau yang mana masyarakat bukan pihak yang mengembangkan pariwisata, namun melakukan pengawasan mengenai proses maupun dampak dari adanya pengembangan pariwisata.
- f. Kelima, masyarakat berperan sebagai penerima manfaat yang mana masyarakat tidak terlibat dalam pengembangan pariwisata, namun menerima manfaat dari adanya pengembangan pariwisata. Berbagai peran masyarakat tersebut pada hakekatnya ditujukan untuk mendukung pengembangan pariwisata, namun dengan intensitas dan kepentingan yang berbeda-beda.

2.1.15 Mata Air

Pembangunan kepariwisataan sebagai bagian dari pembangunan nasional mempunyai tujuan antara lain memperluas kesempatan berusaha dan lapangan kerja. Sejalan dengan tahap-tahap pembangunan nasional, pelaksanaan pembangunan kepariwisataan nasional dilaksanakan secara menyeluruh, berimbang, bertahap, dan berkesinambungan. Nampak jelas bahwa pembangunan di bidang kepariwisataan mempunyai tujuan akhir untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Suatu kawasan obyek wisata dapat menjadi daerah tujuan wisata harus memiliki potensi non fisik maupun fisik dimana kedua potensi ini dikembangkan akan menjadi kawasan daerah tujuan wisata yang menguntungkan baik itu di daerah sendiri maupun pemerintah dalam rangka memajukan kepariwisataan itu perlu ditingkatkan langkah-langkah terarah dan terpadu dalam mengembangkan objek wisata dengan maksud untuk mempengaruhi pikiran dan minat agar datang ke daerah objek wisata. Pengembangan pariwisata tidak lepas dari unsur fisik maupun non fisik (sosial, budaya, dan ekonomi), maka dari itu perlu diperhatikan peranan unsur tersebut. Faktor geografi adalah merupakan faktor yang penting untuk pertimbangan perkembangan pariwisata. Perbedaan iklim merupakan salah satu faktor yang mampu menumbuhkan serta menimbulkan variasi lingkungan alam dan

budaya, sehingga dalam mengembangkan kepariwisataan karakteristik fisik dan non fisik suatu wilayah perlu diketahui.

Mata air (*spring water*) adalah pemusatan keluarnya air tanah yang muncul di permukaan tanah sebagai arus dari aliran air tanah. *Spring water* dapat terbentuk akibat terpotongnya aliran air tanah oleh bentuk topografi setempat dan air keluar dari batuan Mata air merupakan sumber air tanah yang mengalir dan keluar dari akuifer atau belahan batu menuju permukaan tanah yang menjadi sumber air bersih yang dapat digunakan untuk keperluan makhluk hidup. Variasi debit yang sangat besar dapat diduga bahwa penggunaan air mata air inipun sangat bervariasi. Apalagi kalau dilihat dari aspek kualitasnya, mata air dapat mempunyai kadar zat kimia yang sangat tinggi dan dapat dimanfaatkan sebagai sumber pengobatan. Di sisi lain juga banyak mata air yang mempunyai kualitas yang sangat baik, sehingga banyak dimanfaatkan untuk air minum atau bahan baku air minum (Saudi, 2022)

Kabupaten Klaten memiliki Topografi wilayahnya yang terbagi menjadi tiga, yaitu wilayah lereng Gunung Merapi, wilayah dataran rendah, dan wilayah berbukit kapur. Umbul Brintik memiliki Sumber mata air yang alami asli dari pegunungan karena Desa Malangjiwan yang menjadi daerah peneliti merupakan salah satu daerah lereng Gunung Merapi. Pada daerah sekitar lereng Gunung Merapi dan wilayah dataran rendah inilah banyak ditemukan mata air atau sumber air dan juga disebut daerah tangkapan air atau *cathcment area*. Tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari, beberapa umbul juga dimanfaatkan sebagai obyek wisata air salah satunya adalah Umbul brintik. Terdapat sekitar 10 mata air alami yang di bawahnya menjadi pemasok utama kolam induk dan kolam lainnya. Dasar kolam Umbul Brintik beralaskan bebatuan kecil andesit dan pasir hitam.

Bentuk lahan (*landform*) adalah unit geomorfologis yang dikategorikan berdasarkan karakteristik seperti elevasi, kelandaian, orientasi, stratifikasi, paparan batuan dan jenis tanah. Jenis-jenis bentuk lahan antara lain adalah bukit, lembah, tanjung. Keberadaan mata air yang muncul di wilayah Kabupaten Klaten ternyata tidak lepas dari kondisi geografisnya. Seperti diketahui, Letak Kabupaten Klaten antara Gunung Merapi dan Pegunungan Seribu. Topografi wilayahnya sendiri

terbagi menjadi tiga, yaitu wilayah lereng Gunung Merapi, wilayah dataran rendah, dan wilayah berbukit kapur. Pada daerah sekitar lereng Gunung Merapi dan wilayah dataran rendah inilah banyak ditemukan mata air atau sumber air salah satunya adalah Mata Air Umbul Brintik yang berada di Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten.

Rawatan atau perawatan adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara berulang-ulang dengan tujuan agar peralatan selalu memiliki kondisi yang sama dengan keadaan awalnya. Perawatan juga dilakukan untuk menjaga agar peralatan tetap berada dalam kondisi yang dapat di terima oleh penggunanya.

Umbul Brintik dikenal sebagai Umbul Terapi Kesehatan, dikarenakan Umbul Brintik mempunyai Kadar pH dan Oksigen yang tinggi kemudian ada sekitar 10 indukan mata air yang berada di kolam utama. Berikut merupakan jenis terapi dan rawatan yang ada di Umbul Brintik :

Jenis Rawatan :

- a. Rawatan Paska Stroke
- b. Rawatan Diabetes melitus
- c. Rawatan Darah tinggi
- d. Rawatan Tumor dan Kanker
- e. Rawatan Saraf, otot, sendi
- f. Rawatan Lansia
- g. Rawatan Patologi Kewanitaan
- h. Rawatan Patologi Pria
- i. Rawatan *Palative*

Jenis Theraphy :

- a. *Theraphy Massage Neuro Myofascioal*
- b. *Theraphy Food Balance Energi*
- c. *Theraphy Neuro Akupuntur Tuina Chuzhen*
- d. *Theraphy Blood Cuping Meridien*
- e. *Theraphy Food Method*

- f. *Theraphy Herbal Method*
- g. *Theraphy Rempah Jamu Nusantara*
- h. *Theraphy BSM (Body space medicine)*
- i. *Theraphy Guasha method*
- j. *Theraphy Moxibution Method*
- k. *Theraphy Brain Traumatic Release*

2.1.16 Umbul Brintik Di Desa Malangjiwan

Salah satu desa yang memiliki potensi air adalah Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten. Potensi Desa Malangjiwan salah satunya memiliki sumber mata air yang bersih dan jernih. Destinasi tersebut menjadi magnet bagi wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk datang berkunjung dan menikmati wisata air yang disajikan. Lokasinya terletak sekitar 5 kilometer dari Pabrik Gula Gondang Winangoen. Sejak tahun 2018 hingga saat ini, terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengunjungnya dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Ratusan bahkan ribuan orang, termasuk warga setempat dan orang-orang dari berbagai kota seperti Sleman, Yogyakarta, Solo, Jawa timur dan kota lainnya. datang untuk menikmati pengalaman wisata di Mata Air Umbul Brintik yang menarik.

Salah satu umbul yang terkenal di Kabupaten Klaten adalah Umbul Brintik, yang terletak di tepi Dusun Brintik, Desa Malangjiwan, Kecamatan Kebonarum, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Menurut Informasi masyarakat sekitar umbul brintik memiliki sumber mata air alami yang menjaga kebersihan airnya sepanjang waktu. Umbul Brintik sudah ada sejak zaman dahulu, dan sejak tahun 2017, tempat ini telah menjadi ramai dikunjungi oleh pengunjung karena diyakini memiliki khasiat terapi bagi mereka yang mengalami berbagai masalah kesehatan, seperti seperti stroke, vertigo, saraf terjepit, nyeri otot, dan lain sebagainya. Berbagai testimoni positif tentang efektivitasnya sebagai terapi telah menarik banyak pengunjung, yang datang tidak hanya untuk tujuan terapi, tetapi juga untuk menikmati keindahan airnya dan pemandangan alam yang menakjubkan. Potensi ini menjadi salah satu keunggulan bagi Pemerintah Desa Malangjiwan, yang mampu meningkatkan Pendapatan Asli Desa mereka hingga melebihi 1 miliar

rupiah per tahun. Hal ini memberikan dampak positif bagi kesejahteraan warga Malangjiwan dan berkontribusi pada pembangunan yang signifikan di daerah tersebut.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian mengenai potensi mata air umbul brintik sebagai objek pariwisata sudah dilakukan oleh beberapa orang. Penelitian Relevan yang digunakan oleh peneliti yaitu bentuk skripsi ataupun jurnal. Pada beberapa penelitian yang relevan yang digunakan maka dapat dilihat ada beberapa tulisan yang berkaitan dengan potensi dan faktor-faktor yang mempengaruhi potensi Objek Wisata Mata Air Umbul Brintik yaitu berupa tempat dilaksanakannya penelitian serta kajian teori yang digunakan berkaitan dengan potensi yang dimiliki Objek Wisata Mata Air Umbul Brintik serta faktor-faktor yang mempengaruhi potensi Objek Wisata Mata Air Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten.

Dari kedua penelitian yang relevan ini dapat menjadi contoh dan gambaran yang dapat digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian yang akan dilakukan. Untuk membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, maka penelitian relevan yang digunakan oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Yang Relevan

No	Aspek	Penelitian 1 (Skripsi)	Penelitian 2 (Skripsi)	Penelitian 3 (Jurnal)	Penelitian yang dilakukan
1.	Penulis	Opa Mustopa	Nurul Hidayati Utami	Oscar Nagatha, Andreas Erik Surjadi, dkk	Gilang Adi Saputro
2.	Judul	Identifikasi Potensi Curug Kembar Sebagai Objek Wisata Di Desa Cilumping Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap.	Analisis Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Umbul Brintik Di Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten.	Kajian Potensi Desa sebagai Pembangunan Sentra Wisata Desa Donotirto Kapanewon Kretek Kabupaten Bantul	Potensi Mata Air Umbul Brintik Menjadi Objek Pariwisata Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten
3.	Tahun	2019	2020	2022	2024

No	Aspek	Penelitian 1 (Skripsi)	Penelitian 2 (Skripsi)	Penelitian 3 (Jurnal)	Penelitian yang dilakukan
4.	Instansi	Jurusan Pendidikan Geografi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi Tasikmalaya	Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Widya Dharma Klaten	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	Pendidikan Geografi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi
5.	Rumusan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> Potensi apa yang dimiliki Objek Wisata Curug Kembar di Desa Cilumping Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap Faktor-faktor apa sajakah yang menghambat berkembangnya Objek Wisata Curug Kembar di Desa Cilumping Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap 	<ol style="list-style-type: none"> Bagaimana potensi internal dan eksternal objek wisata Umbul Brintik Di Desa Malangjiwan, Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten Bagaimana usaha pengembangan objek wisata Umbul Brintik Di Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten. 	program ini adalah untuk mencari Potensi desa yang terdapat pada Desa Donortirto. Terdapat dua macam potensi desa, yaitu potensi fisik dan non-fisik. Potensi desa fisik adalah kemampuan kemampuan yang dimiliki desa yang berhubungan dengan sumber daya alam, sedangkan potensi desa non-fisik adalah potensi-potensi dalam suatu desa yang berhubungan dengan aspek sosial masyarakat desa	<ol style="list-style-type: none"> Potensi apa sajakah yang dimiliki Objek Wisata Mata Air Umbul Brintik Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten Faktor-faktor yang mempengaruhi potensi Objek Wisata Mata Air Umbul Brintik Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten

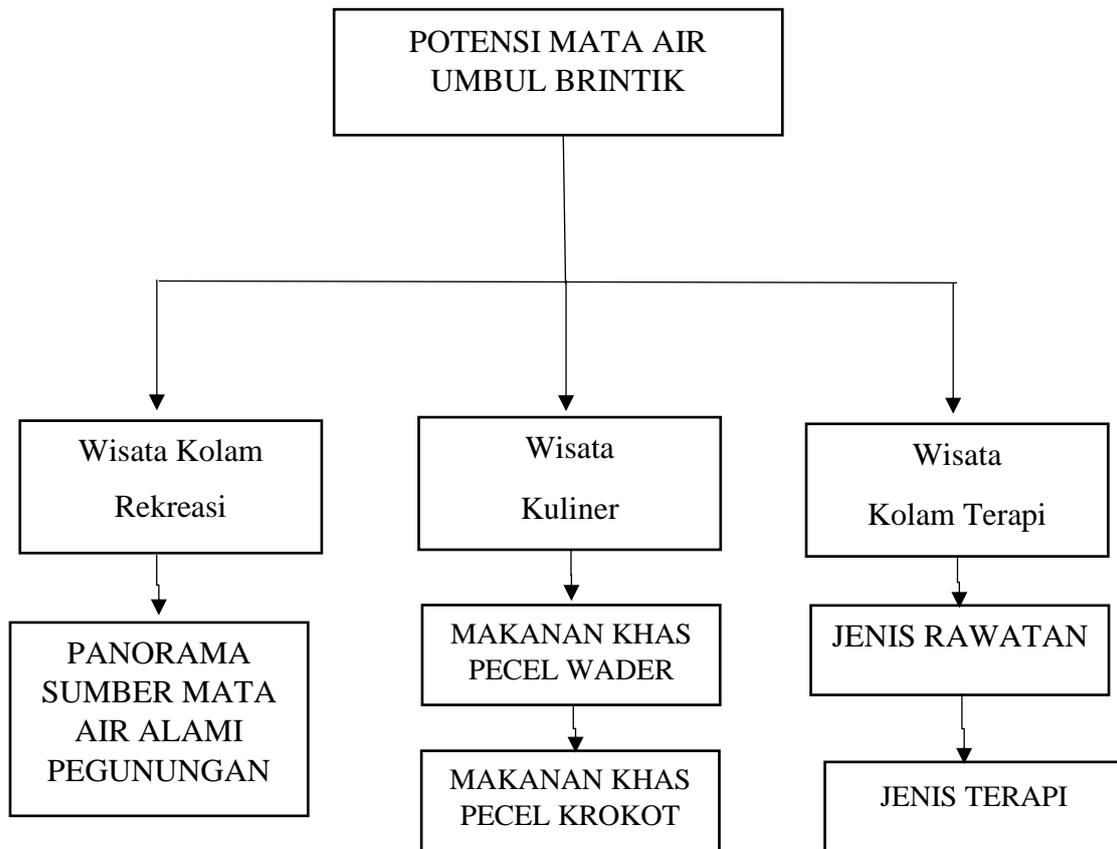
Sumber : *Pengelolaan Data Penelitian 2023 dan Hasil studi Pustaka 2023*

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada penyusunan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang didukung oleh kajian teoretis dan penelitian yang relevan kemudian dilakukan oleh peneliti terdahulu, dapat ditentukan kerangka konseptual

untuk menentukan hipotesis dari penelitian yang sedang dilakukan. Kerangka Konseptual pada penelitian yang berjudul “Potensi Mata Air Umbul Brintik Menjadi Objek Pariwisata Di Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten” adalah sebagai berikut :

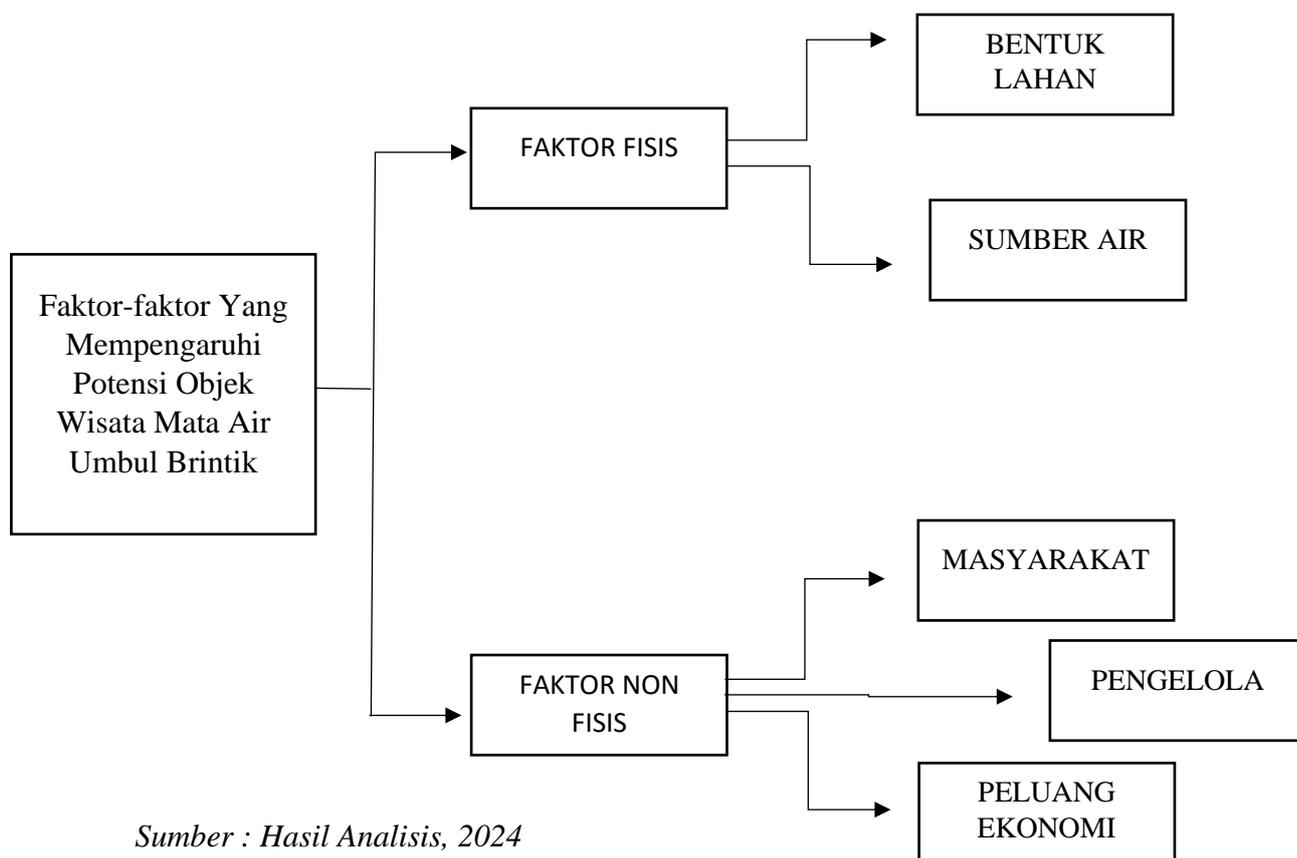
1. Potensi apa sajakah yang dimiliki Objek Wisata Mata Air Umbul Brintik Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten sebagai berikut :



Sumber : Hasil Analisis, 2024

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual I

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi potensi Objek Wisata Mata Air Umbul Brintik Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten.



Sumber : Hasil Analisis, 2024

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual II

Kerangka konseptual tersebut didasarkan pada kedua rumusan masalah untuk mengetahui potensi mata air umbul brintik dan faktor-faktor yang mempengaruhi potensi Objek Wisata Mata Air Umbul Brintik Di Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari perkataan hipo (*hypo*) dan tesis (*thesi*). *Hipo* yang berarti kurang dari, sedangkan tesis berarti pendapat. Jadi hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian. Pertanyaan

penelitian berasal dugaan-dugaan penyebab masalah yang bersumber dari hasil penelitian serta pengalaman atau pengamatan peneliti. Dugaan-dugaan ini kemudian dikonfirmasi dengan landasan teori menghasilkan pertanyaan penelitian (Heryana, 2014). Penelitian ini dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

1. Potensi yang ada di Objek Wisata Mata Air Umbul Brintik Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten yaitu Wisata kolam rekreasi, Wisata kolam terapi dan Wisata kuliner.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi potensi Objek Wisata Mata Air Umbul Brintik Desa Malangjiwan Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten yaitu faktor fisis berupa bentuk lahan, sumber air, Sedangkan faktor non fisis berupa masyarakat, pengelola dan peluang ekonomi.