

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Geografi Pariwisata

Geografi menurut Sya (2011: 27 - 28) berasal dari kata *geo* berarti bumi dan *graphein* yang berarti lukisan atau tulisan. Menurut konteks geografi, bumi tidak hanya berkenaan dengan fisik alamiahnya saja, tetapi meliputi segala gejala dan prosesnya, baik gejala dan proses alam maupun gejala dan proses kehidupan termasuk kehidupan tumbuh-tumbuhan, binatang dan manusia sebagai penghuni bumi. Definisi geografi menurut Bintarto, dkk. (dalam Lumbantoruan, 2001: 29 - 30) adalah ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan fenomena geosfer atau gejala alam dan kehidupan di muka bumi serta interaksi manusia dengan lingkungannya dalam konteks keruangan, ekologi dan kompleks wilayah. Hakikat geografi menurut Daldjoeni (2014: 29) yaitu:

- a) Geografi sebagai ilmu pengetahuan biofisis.
- b) Geografi sebagai relasi timbal balik manusia dengan alam.
- c) Geografi sebagai ekologi manusia.
- d) Geografi sebagai telaah bentang alam.
- e) Geografi sebagai telaah persebaran gejala alam atau sosial tertentu.
- f) Geografi sebagai teori tentang ruang dan bumi.

Pendekatan Geografi untuk mengkaji aspek fisik dan non fisik menurut Lumbantoruan (2001:30-33) yakni sebagai berikut:

- a) Pendekatan keruangan, merupakan cara penyelidikan atau pengamatan yang menitikberatkan pada fenomena geosfer dalam suatu ruang.
- b) Pendekatan ekologi, merupakan cara pengamatan terhadap fenomena geosfer yang berada di wilayah tertentu, khususnya fenomena sosial yang berhubungan dengan fenomena alam di wilayah yang sama.

- c) Pendekatan kompleks wilayah, merupakan kombinasi pendekatan keruangan dan pendekatan ekologi.

Geografi pariwisata menurut Yusmiono dan Januardi (2019: 93) adalah studi yang menganalisis dan mendeskripsikan berbagai fenomena fisiografis (unsur-unsur lingkungan fisik) dan fenomena sosiografis (unsur-unsur lingkungan manusia dan sosial budayanya) yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai menarik untuk dikunjungi sehingga berkembang menjadi destinasi pariwisata. Ruang lingkup geografi pariwisata menurut Bonaface dan Cooper (dalam Maryani, 2019: 33) meliputi daerah asal wisatawan, daerah tujuan wisata, dan rute perjalanan antara kedua tempat tersebut (daerah transit).

Menurut Ahman Sya, (2005) geografi pariwisata adalah cabang ilmu geografi regional yang mengkaji suatu wilayah atau region di permukaan bumi secara komprehensif, baik aspek fisis geografis maupun aspek manusianya. Region itu sendiri berarti wilayah di permukaan bumi yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat dibedakan dengan region atau wilayah permukaan bumi yang lain. Karakteristik itu muncul bukan semata-mata oleh karena latarbelakang kondisi faktor fisis geografis, akan tetapi juga sebagai akibat pola relasi atau hubungan antara manusia dengan alam lingkungan di region yang bersangkutan.

Dalam kajian geografi pariwisata lebih mengedepankan perpaduan unsur fisis dengan unsur manusia yang memunculkan daya Tarik wisata secara edukatif, imajinatif, atraktif, dan rekreatif. Dengan demikian yang menjadi ciri khas dalam geografi pariwisata adalah *site*, *situation*, dan lokasi suatu objek beserta relasi antar manusia dalam suatu region dengan region lainnya. Hal tersebut menggambarkan kekhasan studi geografi.

Pariwisata sebagai kajian geografi menurut Maryani (2019:20-22) memiliki beberapa alasan, diantaranya sebagai berikut:

- a) Geografi mempelajari variasi ruang. Tujuan utamanya adalah menghilangkan kejenuhan dan kelelahan, memperoleh kesegaran kembali (refreshing) sehingga dan berkreasi kembali (re-creation).

- b) Objek material geografi adalah geosfer (atmosfer, litosfer, hidrosfer, biosfer, dan antroposfer) yang akan menghasilkan berbagai objek wisata baik bersifat alami, sosial maupun budaya masyarakat.
- c) Geografi mempelajari aspek alam dengan manusia secara terintegrasi. Geografi selalu melihat keterkaitan antara aspek fisik dengan fisik, aspek fisik dengan manusia, dan aspek manusia dengan manusia secara terpadu. Keterpaduan antara aspek fisik dengan manusia sangat diperlukan untuk meningkatkan nilai jual produk wisata dalam bentuk penataan, pengelolaan, pemasaran, dan pembuatan paket-paket wisata.
- d) Geografi selalu mengkaji hubungan antar fenomena dalam ruang dan dampak suatu aktivitas terhadap ruang. Pengembangan pariwisata bukan hanya menimbulkan pengaruh bagi suatu tempat yang memiliki daya tarik wisata, tetapi juga menimbulkan pengaruh bagi tempat yang ada di sekitarnya.
- e) Geografi selalu berkaitan dengan struktur, bentuk, dan pola penggunaan lahan yang dibutuhkan untuk zonasi penggunaan lahan wisata.
- f) Geografi erat kaitannya dengan distribusi aktivitas ekonomi dalam ruang. Pariwisata merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang bersifat komersil, memiliki keterkaitan luas dengan potensi suatu daerah, serta berkontribusi terhadap pendapatan wilayah dan masyarakat.
- g) Geografi selalu berhubungan dengan konsep lokasi, relasim, karakter, tempat, gerakan, dan regionalisasi. Pariwisata terikat pada lokasi, potensi suatu tempat sebagai daerah tujuan wisata, lumbung wisatawan, aksesibilitas, dan perwilayah daerah tujuan wisata.
- h) Geografi selalu memperhatikan pemanfaatan lingkungan berdasarkan asas dan prinsip kelestarian dan berkelanjutan lingkungan tetap terjaga. Pariwisata pada dasarnya adalah aktivitas yang sangat ditunjang oleh kebersihan, keindahan, kenyamanan,

ketertiban, kesejukan, keamanan, dan peran serta atau partisipasi penduduk.

2.1.2 Pariwisata

Pada dasarnya Pariwisata adalah adalah motif kegiatannya untuk mengisi waktu luang, untuk bersenang-senang, bersantai, studi, kegiatan agama, dan mungkin untuk kegiatan olahraga. Selain itu semua kegiatan tersebut dapat memberi keuntungan bagi pelakunya baik secara fisik maupun secara psikis baik sementara maupun dalam jangka waktu lama, serta untuk prospek jangka panjangnya (*sustainable tourism*).

Menurut Surwanto (2004:3), Pada hakikatnya pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

Pariwisata menurut Yoeti (1996:118) adalah suatu perjalanan yang dilakukan dalam sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk melakukan rekreasi atau memenuhi keinginan dalam rangka menikmati perjalanan. Sedangkan pariwisata menurut Hadjiwijoyo (2018:14) adalah suatu aktivitas wisatawan ke suatu tempat tujuan wisata yang dilakukan di luar dari kegiatan keseharian dan luar lingkungan tempat tinggal yang di dorong oleh beberapa keperluan tanpa maksud mencari nafkah, namun di dasarkan karena keinginan untuk mendapatkan kesenangan.

Pariwisata menurut Helpiastuti dan Suryawati (2018: 9) merupakan berbagai kegiatan untuk meningkatkan destinasi wisata. Destinasi wisata adalah kawasan yang memiliki ciri khas agar memberikan pesona atau daya tarik kepada pengunjung selama berkunjung, tinggal lebih lama, dan berkeinginan untuk berkunjung kembali. Para ahli geografi melakukan kajian pariwisata melalui aspek spasial (ruang dan waktu). Mereka lebih

tertarik untuk melihat arus perjalanan wisatawan ke lokasi-lokasi wisata, penyebaran pembangunan, pemanfaatan lahan, dan perubahan fisik lingkungan.

2.1.2.1 Pengertian Objek wisata

Objek wisata menurut Wardiyatna (2010) dalam Suarnayasa & Haris (2017:447) adalah sesuatu yang menjadi pusat daya tarik wisatawan serta dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan. Sedangkan objek wisata menurut Surnayasa & Haris (2017:447) adalah tempat yang memiliki sumberdaya wisata yang dapat di kembangkan menjadi daya tarik wisatawan yang mengunjungi tempat tersebut.

Objek dan daya tarik wisata merupakan dasar dalam kepariwisataan. Objek dan daya tarik wisata menurut Utama (2016:141) pada prinsipnya harus memiliki tiga persyaratan yaitu *something to see* (apa yang dilihat), *something to do* (apa yang dikerjakan), *something to buy* (ada yang di beli), sehingga objek dan daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi tiga antara lain (1) objek wisata alam, (2) objek wisata budaya, dan (3) objek wisata buatan.

2.1.2.2 Wisata Alam

Wisata alam menurut Suwanto (2004:6) adalah kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam dan tata lingkungan. Sumberdaya alam yang memiliki potensi dan daya tarik wisata ditujukan untuk kegiatan cinta alam, seperti kegiatan alam maupun kegiatan pembudidayaan.

Kegiatan wisata alam dapat berupa kegiatan rekreasi, pendidikan, penelitian, kebudayaan dan cinta alam yang dilakukan di dalam objek wisata. Wisata alam menurut Saragih (1993) dalam Rahmayani (2015:5) adalah bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam, baik potensi dalam keadaan

alami maupun setelah adanya usaha budidaya yang memungkinkan wisatawan memperoleh kesegaran jasmani dan rohani, memperoleh pengetahuan dan pengalaman serta menumbuhkan inspirasi dan cinta terhadap alam.

Wisata alam menurut Triawati (2019:22) adalah tempat rekreasi untuk mengembangkan potensi alam sesuai daya tarik wisata itu sendiri. Kegiatan wisata alam dapat dilakukan pada semua atraksi wisata baik yang telah ditunjuk sebagai kawasan wisata maupun di luarnya. Objek wisata alam meliputi gunung, laut, pantai danau, fauna, flora, kawasan lindung, cagar alam, dan pemandangan alam.

2.1.2.3 Jenis dan Macam Pariwisata

Pariwisata berdasarkan letak geografis menurut Suwena dan Widyatmaja (2017: 19), diantaranya sebagai berikut:

- a) Pariwisata lokal, yaitu jenis kepariwisataan yang ruang lingkungannya lebih sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja. Misalnya kepariwisataan wilayah administrasi kota atau kabupaten
- b) Pariwisata regional, yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, meliputi regional dalam skala nasional dan dapat pula regional dalam skala internasional. Misalnya kepariwisataan Bali, Yogyakarta, dan lain-lain.
- c) Pariwisata nasional, yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, dimana para wisatawannya berasal dari warga negara asli dan warga negara asing. Misalnya pariwisata di wilayah Indonesia.
- d) Pariwisata regional-internasional, yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut. Misalnya kepariwisataan ASEAN.

e) Pariwisata internasional, yaitu kegiatan kepariwisataan yang terdapat atau dikembangkan di berbagai negara yang ada di dunia.

Menurut Yoeti, (1996:119-124) jenis dan macam pariwisata dibagi kedalam 5 bagian diantaranya sebagai berikut :

1. Menurut letak geografisnya

a. Pariwisata Lokal (*Local Tourism*)

Jenis pariwisata semacam ini adalah pariwisata setempat, yang mempunyai ruang lingkup relatif sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja dan dilakukan oleh masyarakat setempat. Misalnya, kepariwisataan Kota Bandung.

b. Pariwisata Regional

Kegiatan Kepariwisataan yang berkembang disuatu tempat atau daerah yang ruang lingkungnya lebih luas bila dibandingkan dengan “*Local tourism*”, tetapi lebih sempit jika dibandingkan dengan “kepariwisataan nasional” (*National tourism*). Contohnya, kepariwisataan Bali.

c. Kepariwisataan Nasional (*National tourism*)

Kegiatan pariwisata yang berkembang di suatu wilayah atau negara. Selain adanya lalu lintas wisatawan dalam negeri, ada juga lalu lintas wisatawan luar negeri, maupun dari dalam negeri keluar negeri.

d. *Regional-International Tourism*

Kegiatan kepariwisataan yang berkembang disuatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah, misalnya kepariwisataan ASEAN, timur tengah dan asia selatan.

e. *International Tourism*

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

2. Menurut pengaruhnya terhadap neraca pembayaran

a. Pariwisata Aktif (*In tourism*)

Yaitu kegiatan pariwisata yang disebabkan oleh masuknya wisatawan asing ke suatu negara tertentu. Disebut sebagai pariwisata aktif, karena dengan masuknya wisatawan sing tersebut, berarti mendapatkan pemasukan devisa bagi negara yang dikunjungi yang dengan sendirinya akan memperkuat posisi neraca pembayaran negara yang dikunjungi wisatawan tersebut.

b. *Out-going Tourism*

Bisa disebut pariwisata Pasif yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga negara sendiri ke luar negeri sebagai wisatawan. Hal ini akan merugikan negara asal wisatawan karena uang yang seharusnya dibelanjakan di dalam negeri dibawa ke luar negeri.

3. Menurut alasan/tujuan perjalanan

a. *Bussiness tourism*

Jenis pariwisata dimana pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar, konvensi, simposium, musyawarah kerja.

b. *Vocational Tourism*

Jenis pariwisata dimana orang-orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang yang sedang berlibur atau cuti.

c. *Educational Tourism*

Jenis pariwisata dimana pengunjung atau orang-orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan studi atau mempelajari suatu bidang ilmu pengetahuan.

4. Menurut Saat atau Waktu Berkunjung

a. *Seasonal Tourism* adalah jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu.

b. *Occasional Tourism* adalah jenis pariwisata dimana perjalanan wisatanya dihubungkan dengan kejadian (*occasion*) maupun suatu even seperti *sekaten* di Yogyakarta, Galungan dan Kuningan di Bali dan sebagainya.

5. Menurut Objeknya

a. *Cultural Tourism* adalah jenis pariwisata dimana motivasi orang-orang untuk melakukan perjalanan disebabkan oleh adanya daya tarik dari seni budaya suatu tempat atau daerah.

b. *Recuperational Tourism*, disebut juga pariwisata kesehatan. Tujuan dari perjalanan ini adalah untuk menyembuhkan suatu penyakit seperti mandi di sumber air panas.

c. *Commercial Tourism* yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional atau internasional, misalnya expo, fair, eksibisi dan sebagainya.

d. *Sport Tourism* yaitu perjalanan orang-orang yang bertujuan untuk menyaksikan suatu pesta olah raga di suatu tempat atau negara tertentu.

e. *Political Tourism* yaitu suatu perjalanan yang bertujuan untuk menyaksikan suatu peristiwa yang berhubungan dengan suatu negara seperti ulang tahun atau peringatan hari tertentu.

f. *Social Tourism* adalah jenis pariwisata yang tidak menekankan untuk mencari keuntungan seperti studi tour, piknik dan sebagainya.

g. *Religion Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana tujuan perjalanan yang dilakukan adalah untuk melihat atau menyaksikan upacara-upacara keagamaan, seperti ikut Haji atau Umroh bagi orang islam.

2.1.2.4 Syarat-syarat Pariwisata

Suatu objek pariwisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan

daerahnya. Menurut Maryani (1991:11) yang dikutip oleh Suryadana, (2015:53), syarat-syarat tersebut diantaranya:

1. *What to See*

Di tempat objek wisata tersebut harus memiliki sesuatu yang dapat di jadikan sebagai tontonan oleh pengunjung dengan kata lain objek tersebut harus memiliki daya tarik khusus yang dapat menarik datangnya pengunjung. *What to see* meliputi pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata.

2. *What to Do*

Di tempat tersebut selain banyak dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama di tempat itu. Misalnya dengan adanya panorama alam yang sangat indah dan suasana yang bagus akan membuat wisatawan lebih lama menikmati keindahan tempat tersebut.

3. *What to Buy*

Tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja barang souvenir, kerajinan tangan, makanan khas daerah sekitar sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal.

4. *What to Arraved*

Didalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi daya Tarik wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk tiba ke tempat tujuan wisata tersebut.

5. *What to Stay*

Bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama berlibur. Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel berbintang ataupun hotel non berbintang dan sebagainya.

2.1.2.5 Daya Tarik Wisata

Suryadana dan Octavia, (2015:48) mengatakan bahwa dalam kegiatan wisata, ada pergerakan manusia dari tempat tinggalnya menuju ke destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata, merupakan Kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Dengan demikian, faktor daya tarik wisata merupakan salah satu unsur yang membentuk dan menentukan suatu daerah menjadi destinasi pariwisata.

Setiap destinasi pariwisata memiliki daya tarik yang berbeda-beda sesuai dengan kemampuan atau potensi yang dimiliki. Dibawah ini adalah jenis daya tarik wisata yang biasanya ditampilkan di destinasi pariwisata:

1. Daya Tarik wisata alam (*natural tourist attractions*)
2. Daya Tarik wisata buatan manusia (*man-made tours attractions*)

Daya Tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen produk pariwisata karena dapat memunculkan motivasi bagi wisatawan dan menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata.

2.1.3 Permintaan Pariwisata

Dasar utama timbulnya permintaan pariwisata adalah tersedianya waktu luang. Pemilikan waktu luang adalah hak asasi manusia yang disahkan oleh PBB sejak tahun 1948. Waktu luang tersebut dapat berupa istirahat di sela-sela jam kerja. Permintaan pariwisata adalah salah satu unsur pariwisata yang sangat penting dan kompleks, karena identic dengan permintaan wisatawan terhadap daerah tujuan wisata (Maryani, 2019:71).

Permintaan pariwisata sangat penting artinya bagi proses pengembangan pariwisata. Hal ini dikarenakan pengembangan pariwisata

ditandai dengan adanya kesesuaian antara permintaan dan penawaran, karena keduanya dapat saling berkaitan.

2.1.4 Komponen Pariwisata

Pariwisata merupakan sesuatu yang bersifat kompleks, meliputi pergerakan manusia, barang, dan jasa yang terkait dengan organisasi, hubungan-hubungan kelembagaan dan individu, kebutuhan layanan, penyediaan kebutuhan layanan dan lain-lain. Unsur-unsur itu merupakan subsistem yang saling terkait dalam sebuah kaitan fungsional yang membentuk sebuah sistem.

Damanik dan Weber (2007) dalam Wardiyanto (2011:19) mengemukakan bahwa terdapat empat unsur pokok yang merupakan subsistem yang membentuk sistem pariwisata. Masing-masing subsistem ini keberadaannya saling mempengaruhi, yakni:

1. Permintaan wisata, adalah wisatawan dan masyarakat sebagai pelaku pariwisata.
2. Penawaran wisata, yaitu produk wisata yang berupa barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan.
3. Pasar dan Kelembagaan pariwisata yang memfasilitasi berlangsungnya/terlaksananya kegiatan pariwisata.
4. Pelaku pariwisata yang menggerakkan ketiga unsur tadi yakni wisatawan, industry pariwisata, pemerintah dan Lembaga yang mendukung terjadinya kegiatan pariwisata.

2.1.5 Prinsip-Prinsip Dasar Pariwisata

Pengolahan pariwisata haruslah mengacu pada prinsip-prinsip pengelolaan yang menekankan nilai-nilai kelestarian lingkungan alam, komunitas, dan nilai sosial yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisatanya serta bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas lokal. Menurut Cox dalam Pitana & Diarta (2009:81), pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Pembangunan dan pengembangan pariwisata haruslah didasarkan pada kearifan lokal dan *special local sense* yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan.
2. Preservasi proteksi dan peningkatan kualitas sumberdaya yang menjadi pengembangan kawasan pariwisata.
3. Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengakar pada budaya lokal.
4. Pelayanan terhadap wisatawan menggunakan keunikan budaya dan lingkungan lokal.
5. Memberikan dukungan pada pembangunan dan pengem pariwisata.

2.1.6 Sarana dan Prasarana Pariwisata

Sarana wisata menurut Isdarmanto (2017: 34), merupakan sarana yang dibutuhkan oleh wisatawan dari aspek ekonomi yang merupakan berbagai fasilitas amenities yang selalu diperlukan atau dibutuhkan langsung oleh wisatawan. Sarana pariwisata menurut Ghani (2017: 24) adalah segala sesuatu yang melengkapi dan bertujuan untuk memudahkan proses kegiatan pariwisata agar dapat berjalan lancar. Sarana pariwisata menurut Yoeti (1996: 199 - 204) dibagi menjadi tiga kelompok, diantaranya sebagai berikut:

a) Sarana Pokok (*Main Tourism Superstructure*)

Sarana pokok kepariwisataan adalah tempat yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata. Sarana yang termasuk ke dalam sarana pokok kepariwisataan diantaranya travel agent, tour operator, angkutan wisata, rumah makan, akomodasi atau penginapan, objek wisata, dan atraksi wisata.

b) Sarana Pelengkap (*Supplementing Tourism Superstructure*)

Sarana pelengkap kepariwisataan yaitu tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi wisatawan juga dapat lebih lama tinggal

pada suatu daerah tujuan wisata. Sarana yang termasuk ke dalam sarana pelengkap diantaranya sarana olahraga, sarana bermain anak, sarana pariwisata sekunder misalnya salon, dan sarana amusement (hiburan) lainnya.

c) Sarana Penunjang (*Supporting Tourism Superstructure*)

Sarana penunjang kepariwisataan yaitu sarana yang berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal di daerah tujuan wisata, tetapi memiliki fungsi lain yaitu membuat wisatawan lebih banyak mengeluarkan dan membelanjakan uangnya di tempat wisata yang mereka kunjungi. Sarana yang termasuk ke dalam sarana penunjang kepariwisataan diantaranya toko cenderamata.

Prasarana pariwisata menurut Utama (2014: 131 - 132) merupakan semua fasilitas yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang memberikan pelayanan kepada para wisatawan. Prasarana pariwisata menurut Suwanto (dalam Ghani, 2017: 25) adalah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan sebagainya. Prasarana wisata menurut Yoeti (1996: 186 - 192) diantaranya:

a) Prasarana perekonomian

- 1) Aksesibilitas, merupakan daya hubung antara zona yang wujudnya berupa jalan raya dan jaringan angkutan. Aksesibilitas merupakan faktor penting dalam proses berwisata, tingkat kemudahan untuk menjangkau suatu kawasan wisata dilihat dari aksesibilitas yang berupa kondisi jalan raya dan ketersediaan moda angkutan untuk menuju kawasan wisata. Peningkatan aksesibilitas berarti mempersingkat waktu dan biaya perjalanan.
- 2) Prasarana utilitas (penunjang untuk pelayanan lingkungan), yang termasuk kelompok utilitas diantaranya listrik, air bersih, persediaan air minum, toilet, dan mushola.

- 3) Prasarana komunikasi seperti pusat informasi, dan ketersediaan jaringan komunikasi.
 - 4) Prasarana sistem perbankan.
- b) Prasarana sosial
- 1) Prasarana sistem pendidikan
 - 2) Prasarana pelayanan kesehatan seperti pos kesehatan atau persediaan P3K
 - 3) Prasarana pelayanan keamanan seperti pos keamanan agar terhindar dari tindakan-tindakan criminal selama berada di kawasan wisata.
 - 4) Petugas yang langsung melayani wisatawan.

2.1.7 Bukit Sebagai Potensi Pariwisata

Pengembangan destinasi wisata yang melibatkan bukit sebagai atraksi utama harus memperhatikan aspek keberlanjutan, aksesibilitas, dan fasilitas pendukung. Bukit sebagai potensi pariwisata memerlukan pengelolaan yang baik agar dapat memberikan pengalaman positif bagi wisatawan sambil menjaga kelestarian lingkungan. Pariwisata alam atau ekowisata berfokus pada pemanfaatan sumber daya alam sebagai daya tarik utama untuk wisatawan. Bukit dengan keindahan alam, flora, dan fauna yang khas merupakan salah satu bentuk dari pariwisata alam yang memiliki daya tarik tinggi. Bukit sebagai potensi pariwisata harus dikelola secara berkelanjutan untuk memastikan kegiatan pariwisata tidak merusak ekosistem. Pendekatan ini melibatkan perencanaan yang matang, regulasi yang ketat, dan partisipasi masyarakat lokal. (Nyoman, 2017).

2.1.8 Promosi Pariwisata

Menurut Marpaung dan Bahar (2002: 103) promosi ialah suatu upaya yang dilakukan untuk menyesuaikan produk pariwisata dengan permintaan wisatawan sehingga produk menjadi kunci sebuah upaya promosi pariwisata yang dikemas dengan berbagai model agar wisatawan

tertarik untuk berkunjung atau membeli. Berhasil tidaknya promosi pariwisata dapat diukur dari banyaknya informasi yang diminta dan besarnya volume kedatangan wisatawan. Menurut Sumarni (2015: 325) promosi yaitu suatu kegiatan komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal, sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

Promosi dalam pariwisata menurut Ali dan Wahyuni (2017: 203) merupakan arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan calon wisatawan atau lembaga usaha pariwisata kepada tindakan yang mampu menciptakan pertukaran (jual beli) dalam pemasaran produk pariwisata. Promosi dalam pemasaran produk pariwisata berperan penting sebagai pendukung dalam transaksi dengan menginformasikan, membujuk, mengingatkan, dan membedakan produk pariwisata yang dipromosikan dengan pariwisata perusahaan lain.

Tujuan promosi menurut Adiyanto dan Supriatna (2018:87) terbagi ke dalam tiga tujuan utama, sebagai berikut:

a) Menginformasikan (*informing*), terdiri dari:

- 1) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan produk baru.
- 2) Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk.
- 3) Menyampaikan perubahan harga kepada pasar.
- 4) Menjelaskan cara kerja suatu produk.
- 5) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan.
- 6) Meluruskan kesan yang keliru.
- 7) Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli.
- 8) Membangun citra perusahaan.

b) Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk:

- 1) Membentuk pilihan merek.
- 2) Mengalihkan pilihan ke merek tertentu.
- 3) Merubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk.
- 4) Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga.

- 5) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga.
- c) Mengingat (*reminding*) terdiri dari:
- 1) Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat.
 - 2) Mengingat pembeli pada tempat-tempat yang menjual produk perusahaan.
 - 3) Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak kampanye iklan.
 - 4) Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

Jenis kegiatan promosi menurut Manafe, dkk (2016:105) antara lain sebagai berikut:

- a) Periklanan (*advertising*) yaitu bentuk promosi non-personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
- b) Penjualan tatap muka (*personal selling*) yaitu bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli untuk merangsang pembelian.
- c) Publisitas (*publicity*) yaitu bentuk promosi non-personal mengenai pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan cara mengulas informasi atau berita tentang produk (umumnya bersifat ilmiah).
- d) Promosi penjualan (*sales promotion*) yaitu suatu bentuk promosi yang dilakukan dengan menggunakan tenaga pemasaran yang ahli pada bidangnya.
- e) Pemasaran langsung (*direct marketing*) yaitu suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen.

2.1.9 Sapta Pesona Pariwisata

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dalam pedoman Kelompok Sadar Wisata (2012: 5) sapta pesona merupakan tujuh unsur pesona yang harus diwujudkan agar terciptanya

lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya kegiatan kepariwisataan. Menurut Kelana, dkk. (2019: 480 - 481) sapta pesona meliputi:

- a) Aman, suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata yang memberikan rasa tenang, bebas dari rasa takut dan bebas dari rasa kecemasan bagi wisatawan.
- b) Tertib, suatu kondisi lingkungan dan pelayanan di destinasi pariwisata yang mencerminkan sikap disiplin yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur serta efisien.
- c) Bersih, suatu kondisi lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan di destinasi pariwisata atau di daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan sehat atau higienis sehingga memberikan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.
- d) Sejuk, suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata atau 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 tersebut.
- e) Indah, suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan indah dan menarik yang akan memberikan rasa kagum dan kesan mendalam bagi wisatawan.
- f) Ramah, suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata bersumber dari masyarakat yang mencerminkan suasana akrab, terbuka dan penerimaan yang tinggi bagi wisatawan.
- g) Kenangan, suatu bentuk pengalaman yang berkesan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang akan memberikan rasa senang dan kenangan yang indah bagi wisatawan.

2.2 Penelitian Yang Relevan

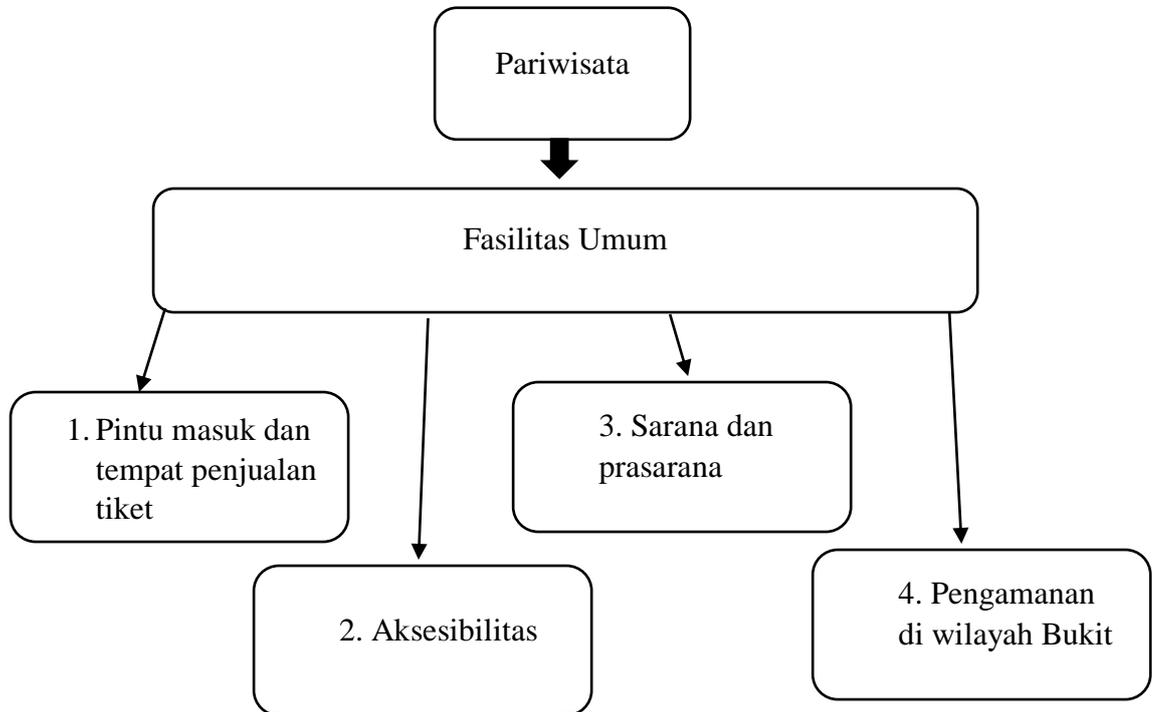
Penelitian relevan ini menunjukkan bahwa penelitian yang sedang dilakukan ini bukan merupakan suatu hal yang baru di teliti. Berikut

merupakan beberapa penelitian yang relevan yang masih terkait dengan penelitian yang sedang peneliti teliti.

1. Penelitian yang dilakukan oleh I Kadek Markayasa, dan Ida Bagus Suryawan (Universitas Udayana-Bali) pada tahun 2015, dengan Judul: “Pemanfaatan Kawasan Bukit Payang Sebagai Daya Tarik Wisata Alam di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli”. Fokus Penelitiannya yaitu: Pemanfaatan Kawasan Bukit Payang sebagai daya tarik wisata alam.
2. Penelitian dilakukan oleh Anita Puspa Sari dari Universitas Siliwangi Tasikmalaya pada Tahun 2019 dengan judul : “Identifikasi Potensi Setu Patok Sebagai Objek Wisata Di Desa Setupatok Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon”. Adapun tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui potensi yang terdapat di Setu Patok sebagai objek wisata dan untuk mengetahui faktor-faktor penghambat Setu Patok sebagai objek wisata di Desa Setupatok Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon.
3. Penelitian oleh Dita Meilani dari Universitas Siliwangi pada tahun 2019 dengan judul : “Identifikasi Potensi Taman Wisata Alam Jabalnur Sebagai Objek Wisata Di Desa Sukasetia Kecamatan Cisayong Kabupaten Tasikmalaya”. Adapun tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui potensi yang terdapat dan mengetahui upaya yang dapat dilakukan untuk mengembangkan potensi wisata alam di Desa Sukasetia Kecamatan Cisayong Kabupaten Tasikmalaya.

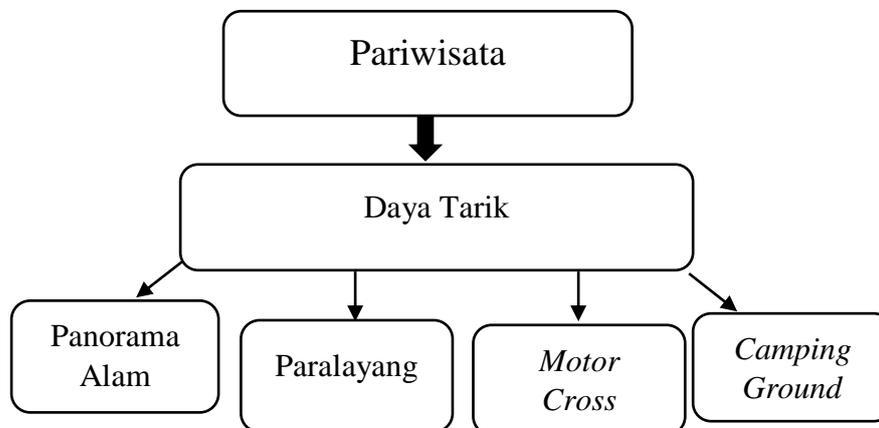
2.3 Kerangka Konseptual

1. Permasalahan pariwisata di Bukit Pasir Gowong di Desa Nanggewer Kecamatan Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual 1

2. Potensi yang dimiliki oleh Bukit Pasir Gowong sebagai daya tarik wisata alam di Desa Nanggewer Kecamatan Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya.



Gambar 2.2

Kerangka Konseptual 2

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari pernyataan penelitian dengan maksud akan diuji kebenaran dari jawabannya tersebut dalam penelitian. Berdasarkan rumusan masalah, kajian teoretis, dan kerangka penelitian, maka penulis menyusun hipotesis sebagai berikut:

1. Permasalahan pariwisata di Bukit Pasir Gowong Desa Nanggewer Kecamatan Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya yaitu pintu masuk dan tempat penjualan tiket, aksesibilitas, sarana dan prasarana umum, dan pengaman di wilayah Bukit.
2. Potensi yang dimiliki oleh Bukit Pasir Gowong sebagai daya tarik wisata alam di Desa Nanggewer Kecamatan Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya, diantaranya yaitu memiliki panorama alam, paralayang, *motor cross* dan tempat untuk berkemah/*camping ground*.