

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Geografi Pariwisata

a. Pengertian Geografi Pariwisata

Geografi pariwisata adalah geografi yang berhubungan erat dengan pariwisata. Pariwisata memiliki banyak kaitan dengan aktivitas manusia dimana didalamnya terdapat beberapa kegiatan diantaranya seperti ekonomi, politik, sosial, ekologi, budaya dan lain sebagainya. Sehingga dalam pariwisata tidak terlepas dari komponen lain yang harus saling memiliki hubungan dan keterkaitan.

Geografi pariwisata adalah cabang ilmu geografi regional yang dimana mengkaji suatu wilayah di permukaan bumi baik aspek fisis geografisnya maupun aspek manusianya. Region ini berarti suatu wilayah dipermukaan bumi yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat dibedakan dengan wilayah permukaan bumi yang satu dengan yang lain (Ahman Syah, 2005). Maka 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 .

Geografi pariwisata merupakan suatu bidang ilmu yang dimana mengkaji unsur-unsur geografi suatu daerah yang memiliki karakteristik dan potensi yang berbeda-beda. Di mana potensi suatu daerah tersebut dapat dikembangkan untuk usaha industri kepariwisataan. Unsur geografi seperti lokasi, kondisi morfologi, dan penduduk sangat berpengaruh terhadap pengembangan potensi objek wisata.

Geografi pariwisata lebih cenderung mengutamakan perpaduan fisis dan manusia yang akan mengarah pada memunculkan daya tarik pariwisata yang lebih efektif, kreatif, mendidik, menarik dan religius. Ciri khas dalam studi geografi pariwisata adalah lokasi, keadaan suatu objek wisata tertentu, dan hubungan antara objek wisata dengan manusia disuatu wilayah atau

wilayah lain. (Opa, Mustopa 2019). Dengan demikian Geografi memiliki kompetensi analisis lokasi, dan situation suatu objek beserta relasi antar objek dengan manusia dalam suatu region maupun dengan regionlainnya.

b. Pengertian Pariwisata

Kata pariwisata berasal dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Dimana pari adalah sebuah istilah yang berarti banyak, berkali-kali sedangkan wisata yang berarti sebuah perjalanan, atau berkunjung. Jadi pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan untuk berkunjung ke suatu tempat secara berkali-kali atau sempurna dengan memiliki tujuan untuk rekreasi, refreasing dan untuk menikmati keunikan, keindahan daya tarik suatu tempat yang dikunjungi dalam waktu sementara.

Pariwisata merupakan suatu kegiatan wisata yang dilakukan dengan perencanaan atau bukan untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi (Rahmadhani,2021). Pariwisata merupakan kegiatan/perjalanan rekreasi yang dilakukan ke suatu tempat dengan tujuan untuk wisata sementara waktu untukmelepas kejenuhan, Lelah, penat, serta mencari hiburan dan suasana baru diluar lingkungan dengan waktu yang sementara.

Pariwisata menurut Kodhyat (2013) merupakan sebuah perjalanan yang dilakukan dari satu tempat ke tempat yang lain dan bersifat sementara, kegiatan ini dilakukan dengan peorang maupun kelompok, serta sebagai suatu upaya mencari kebahagiaan dengan lingkungan dalam diensi sosial dan juga alam. Pariwisata merupakan sebuah perjalanan dengan tujuan menghibur dan dilakukan diluar kegiatan sehari-hari yang dilaksanakan untukmemberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara.

Pariwisata adalah suatu aktivitas perjalanan dan tinggal seseorang atau kelompok di luar tempat tinggal dan lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun berurutan untuk berwisata, bisnis, atau tujuan lain dengan tidak untuk bekerja di tempat yang dikunjunginya tersebut. Tujuan dari perjalanan yang dilakukan adalah untuk kegiatan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi.

c. Jenis-Jenis Pariwisata

Sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh suatu wilayah maka muncul berbagai macam-macam jenis dan macam-macam pariwisata yang dikembangkan di suatu wilayah yang mempunyai cirinya tersendiri. Menurut Suryadana dan Octavia (2015:32), ada beberapa jenis-jenis pariwisata yang dapat dikunjungi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat, yaitu:

- a. Wisata Pantai (*Marine tourism*) merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana seperti untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air. Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan di danau, pantai, teluk atau laut.
- b. Wisata Etnik (*Ethnic tourism*) merupakan kegiatan suatu perjalanan wisata yang dilakukan untuk mengamati suatu kebudayaan yang ada di daerah destinasi wisata tersebut. Kegiatan yang dilakukan atas dasar ingin memperluas pandangan hidup seseorang dengan melakukan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain.
- c. Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*) merupakan kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan untuk menikmati keindahan alam, kesegaran udara pegunungan, keajaiban hidup binatang yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang langka. Wisata yang banyak digemari oleh kalangan pecinta alam karena banyak beraneka ragam tanaman yang mempunyai perlindungan dari pemerintah dan masyarakat.
- d. Wisata Pertanian merupakan suatu perjalanan yang dilakukan wisatawan yang dikaitkan dengan pertanian, perkebunan, pembibitan, pengelolaan, dan wisatawan dapat datang dengan tujuan untuk studi maupun menikmati keragaman berbagai jenis tumbuhan pertanian.
- e. Wisata Ziarah merupakan perjalanan yang dilakukan wisatawan ke suatu tempat destinasi wisata ke tempat bersejarah, tempat suci, makam-makam orang besar, dan bukti atau tempat yang dianggap keramat.
- f. Wisata Buru merupakan perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau tempat

yang dibenarkan oleh pemerintah untuk berburu.

d. Syarat-syarat Pariwisata

Menurut Suryana (2015:53) ada kriteria dalam pengembangan pariwisata agar objek destinasi wisata tersebut dapat diminati dan mempunyai daya tarik wisata, yaitu:

- a. *What to see* adalah objek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa di lihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Objek wisata tersebut harus mempunyai daya tarik tersendiri yang mempunyai atau memunculkan minat dari wisatawan untuk berkunjung di objek wisata tersebut.
- b. *What to do* adalah di mana objek wisata harus memiliki suatu daya tarik agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan yang senang, bahagia dan relax. Objek wisata harus memiliki fasilitas baik berupa fasilitas penunjang untuk aktivitas rekreasi yang akan membuat pengunjung betah dan nyaman berada di tempat wisata tersebut.
- c. *What to buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang akan dijadikan sebagai ciri khas dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan oleh-oleh.
- d. *What to arrived* adalah di mana wisata harus mempertimbangkan aksesibilitas jalan untuk menuju objek wisata tersebut.

e. Komponen Produk Wisata

Suatu tempat dapat dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata dipengaruhi adanya 4 pendekatan / komponen penunjang wisata yang harus ada dalam destinasi wisata diantaranya Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ansilari (Sugiama, 2014).

- a. Atraksi (*Attraction*), merupakan daya tarik wisata yang ditawarkan oleh pengelola destinasi wisata diantaranya wisata alam seperti gunung, laut, flora, fauna atau wisata lain yang dibuat oleh manusia. Keberadaan atraksi menjadi alasan wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik

wisata.

- b. Aksesibilitas (*Accessibility*), merupakan sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi wisata. Hal ini menjadi suatu tolak ukur kemudahan untuk mencapai suatu tujuan, menyangkut kepada kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Banyak sekali Wilayah di Indonesia yang mempunyai keindahan alam dan budaya yang layak untuk dijual kepada wisatawan, tetapi tidak mempunyai aksesibilitas yang baik, sehingga Ketika diperkenalkan dan dijual, tidak banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjunginya.
- c. Amenitas (*Amenities*), merupakan fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh para wisatawan yang digunakan untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan pada objek wisata.
- d. Layanan Pendukung (*Ancillary Servies*), merupakan dukungan yang diberikan serta disediakan oleh suatu pihak pemerintah daerah, kelompok atau pengelola pada destinasi wisata untuk melengkapi fasilitas dan aksesibilitas yang ada di objek wisata.

f. Daya Tarik Wisata

Menurut Utama (2016) menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang mengunjungi suatu daerah destinasi serta mempunyai nilai untuk dikunjungi. Utama (2016) terdapat syarat yang dapat dipenuhi untuk menjadi daya tarik pada tujuan destinasi wisata yaitu:

1. Daya tarik yang harus ada pada suatu daerah destinasi objek wisata seperti atraksi yang bisa dijadikan sebagai daya tarik wisatawan. Apa saja yang disaksikan berupa pemandangan alam, kegiatan, kesenian, dan atraksi wisata.
2. Aktivitas wisata yang dilakukan di suatu destinasi objek wisata bahwa di tempat wisata harus menghadirkan hal yang menarik, wisatawan juga harus disediakan fasilitas rekreasi yang membuat para wisatawan betah tinggal lebih lama di tempat tujuan wisata.

3. Sesuatu yang dapat dibeli di suatu destinasi objek wisata yang akan menjadi oleh-oleh wisatawan Ketika datang ke suatu daerah wisata tersebut.
4. Alat transportasi untuk dapat mengunjungi daerah tujuan wisata tersebut, kendaraan apa yang digunakan dan berapa lama tiba ke tempat wisata yang akan dituju.
5. Penginapan untuk menunjang keperluan tempat sementara bagi wisatawan yang akan berkunjung ke daerah destinasi wisata tersebut.

Menurut Midelton dalam Basiya R dan Hasan Abdul Rozak (2012), daya tarik wisata terdiri dari:

1. Daya Tarik Wisata Alam, yang meliputi pemandangan alam daratan, lautan, pantai, iklim, dan ciri khas lainnya yang terdapat di daerah destinasi objek wisata.
2. Daya Tarik Wisata Bangunan, merupakan bangunan-bangunan dengan arsitektur yang dapat menjadi daya tarik wisata.
3. Daya Tarik Wisata Budaya, meliputi *history*, *art*, tarian-tarian, dan peristiwa khusus bersejarah.

g. Wisatawan

Kata wisatawan (*tourism*) terujuk pada orang. Untuk dapat disebut sebagai wisatawan, seseorang harus seorang *traveller*, tetapi tidak semua *traveler* adalah *tourist*. Wisatawan memiliki perspektif yang lebih luas yang dapat mengacu kepada orang yang mempunyai beragam peran dalam Masyarakat seperti Masyarakat yang melakukan kegiatan rutin ke tempat kerja, sekolah dan sebagainya. Orang-orang kategori ini sama sekali tidak dapat dikatakan sebagai wisatawan Pitana 2009).

Wisatawan adalah kelompok orang yang datang mengunjungi sebuah tempat atau negara yang bukan daerah tempat tinggalnya dengan tujuan untuk liburan, studi, keagamaan, olahraga, dan lainnya selain untuk melakukan usaha untuk menghasilkan pekerjaan. (Pomantow, Langi, & Waworuntu, 2022). Perjalanan ini biasanya bersifat sementara, wisatawan

bermaksud untuk kembali ke tempat asal mereka setelah beberapa waktu.

h. Potensi Pariwisata

Potensi merupakan kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan daya. Kepariwisata itu mengandung potensi untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Potensi pariwisata merupakan sesuatu yang dimiliki daerah tujuan wisata yang berguna untuk pengembangan pariwisata tersebut. Potensi pariwisata merupakan segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang dan berkunjung ke tempat tujuan wisata tersebut (Mariotti dalam Yoeti, 1996: 172). Segala sesuatu yang memiliki daya tarik wisata akan berdampak terhadap pengembangan industri pariwisata di daerah tersebut. Sektor pariwisata merupakan salah satu potensi ekonomi yang perlu dikembangkan dalam upaya meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan suatu daerah, setiap daerah mempunyai keberagaman dengan potensi-potensi yang dapat menarik wisatawan untuk mengunjunginya.

Potensi wisata merupakan segala hal yang ada di tempat wisata dan dapat dimanfaatkan dalam hal pengembangan pariwisata baik berupa suasana, benda, maupun jasa dijadikan sebagai daya tarik agar wisatawan mau berkunjung ke tempat tersebut (Pitana 2009). Potensi wisata dibagi menjadi 3 macam yaitu sebagai berikut:

- 1) Potensi Alam, yang dimaksud dengan potensi wisata alam adalah keberadaan jenis flora, fauna, bentang alam seperti Pantai, gunung, hutan, dan lain-lain.
- 2) Potensi Kebudayaan, yang dimaksud dengan potensi kebudayaan adalah semua hasil cipta manusia seperti adat istiadat, kerajinan tangan, kesenian, dan peninggalan sejarah berupa bangunan.
- 3) Potensi Manusia, yang dimaksud dengan potensi manusia di mana manusia juga memiliki potensi yang dapat digunakan sebagai daya tarik wisata, seperti pementasan tarian, pertunjukan seni budaya suatu daerah dan lain-lain.

Potensi lainnya yang dapat dijadikan sebagai potensi wisata adalah lahan, lahan yang dimaksud adalah lahan yang mempunyai nilai ekonomi yang besar karena mempunyai tingkat kesuburan yang tinggi dan mempunyai daya dukung terhadap kebutuhan manusia. Lahan potensial merupakan modal awal dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memanfaatkan lahan potensial secara optimal, maka kegiatan produktif yang dilakukan dapat Sumber daya suatu destinasi pariwisata pada umumnya dibagi ke dalam 4 sumber yaitu berupa sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya budaya dan sumber daya minat khusus. Menurut Damanik dan Weber (2006) dalam Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kedal (2016), sumber daya alam yang dapat menjadi atraksi wisata alam adalah Keajaiban dan keindahan alam, keragaman etnis, keragaman fauna, kehidupan satwa liar, vegetasi alam, ekosistem yang belum terjamah manusia, rekreasi perairan (sungai, pantai, danau, air terjun), lintas alam, objek megalitik, suhu dan kelembapan udara dan curah hujan yang normal dan sebagainya.

Selanjutnya sumber daya manusia. Elemen sumber daya manusia merupakan komponen yang sangat penting dalam pembangunan pariwisata. Karena setiap elemen pariwisata memerlukan sumber daya manusia, artinya faktor sumber daya manusia akan menentukan eksistensi suatu destinasi pariwisata. Sumber daya yang dimiliki oleh suatu daerah tempat yang dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata yang dapat dimanfaatkan baik kepentingan ekonomi atau aspek lainnya. Potensi pariwisata ini merupakan suatu yang dimiliki suatu wisata dan menjadi daya tarik bagi wisatawan dan dimiliki tempat wisata itu sendiri. Potensi wisata juga merupakan suatu tujuan wisata dan menjadi daya tarik bagi para wisatawan yang datang ke tempat wisata tersebut. Potensi yang dapat dimanfaatkan itu berupa kesenian, kebudayaan, keindahan alam flora dan fauna maupun hal lainnya yang perlu dijaga dan dilestarikan.

i. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan merupakan suatu cara atau proses yang harus dicapai dengan baik lagi. Pengembangan merupakan suatu rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mencapai target yang sesuai dengan keinginan. Tujuan pengembangan pariwisata adalah segala cara atau kegiatan yang bertujuan untuk menata suatu objek-objek wisata baik wisata alam maupun budaya dengan menyediakan sarana dan prasarana penunjang pariwisata dan mempromosikan objek wisata tersebut (Ahman Sya, 2005).

Pengembangan kepariwisataan mencakup kelembagaan kepariwisataan maka dalam ketentuan ini yang dimaksud dengan pembangunan sumber dayam manusia dan mekanisme operasional di bidang kepariwisataan. Dalam pengembangan pariwisata dilakukan baik oleh pengelola atau pemerintah selalu memperhitungkan daya dukung dan manfaat bagi pengelola maupun pengunjung terhadap objek wisata yang dikembangkan agar objek wisata tersebut lebih menarik dan dikenal lebih banyak, pemerintah berperan dalam mengembangkan pariwisata yang akan berdampak pada kemajuan suatu sektor pariwisata misalnya dengan menyediakan dan memperlengkap bentuk fasilitas wisata tersebut.

j. Sarana dan Prasarana Pariwisata

1) Prasarana Pariwisata

Prasarana wisata merupakan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan di daerah destinasi tujuan wisata seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya (Ghani Yosef 2017:25) selain itu yang termasuk prasaranna diantaranya: aksesibilitas, utilitas yang termasuk ke dalam utilitas adalah listrik, air bersih, toilet mushola dan sebagainya, serta di dalam pelayanan terdiri dari keamanan, pelayanan Kesehatan dan lain-lain.

2) Sarana

Sarana pariwisata merupakan segala sesuatu yang melengkapi kawasan wisata dengan tujuan untuk memudahkan proses kegiatan

pariwisata (Ghani, 2015). Sarana pariwisata yang baik sangat penting untuk memastikan kenyamanan, keselamatan, dan kepuasan wisatawan.

Menurut Yoeti (2018) Sarana pariwisata terbagi menjadi 3 kelompok, diantaranya:

a. Sarana pokok pariwisata

Sarana pokok merupakan sarana yang terpenting dalam pariwisata karena sarana pokok merupakan sarana dari pariwisata tergantung kepada sarana tersebut. sarana pokok yang dimaksud diantaranya *travelagent*, *tour operator*, angkutan wisata, rumah makan, akomodasi, objek wisata, dan atraksi wisata.

b. Sarana Pelengkap Pariwisata

Sarana pelengkap pariwisata merupakan sarana pelengkap sarana pokok. Sarana pelengkap merupakan sebuah sarana atau fasilitas rekreasi yang memiliki fungsi selain menjadi pelengkap sarana pokok namun bisa membuat wisatawan tinggal lebih lama pada suatu daerah tujuan wisata. Berikut merupakan fasilitas yang termasuk kedalam sarana pelengkap pariwisata diantaranya sarana olahraga dan sarana pariwisata sekunder lainnya.

c. Sarana Penunjang Kepariwisata

Sarana penunjang pariwisata merupakan sarana wisatawan dapat melakukan kegiatan perbelanjaan dan mengeluarkan uang lebih banyak di tempat wisata yang dikunjungi.

k. Sapta Pesona

Perwujudan sapta pesona daerah wisata tersebut. Sapta pesona merupakan kondisi yang harus diwujudkan dan dibudayakan dalam kehidupan sehari-hari sebagai salah satu Upaya besar daya tarik wisata. Menurut Amirullah (2016) ketujuh unsur dari sapta pesona tersebut adalah:

1. Aman

Situasi kondisi atau keadaan yang memberikan suasana rasa aman dan memberikan rasa tenang bagi wisatawan. Aman menggunakan sarana

dan prasarana maupun prasarana yang dinikmatinya selama melakukan perjalanan.

2. Tertib

Suatu keadaan yang mencerminkan suasana tertib dan teratur dalam semua kehidupan Masyarakat, terutama tertib dalam segi waktu pelayanan dan tertib dari segi informasi sehingga memberikan rasa nyaman bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan perjalanan atau kunjungan ke daerah wisata tersebut.

3. Bersih

Suatu keadaan yang menampilkan sifat bersih dan sehat, baik dari lingkungan dan dalam hal sampah, limbah, pencemaran maupun kotoran lainnya, dan juga dalam penggunaan alat pelayanan yang baik yang bebas bakteri dan hama penyakit, serta penampilan para petugas pelayanan yang bersih fisik maupun seragamnya. Hal ini akan memberikan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.

4. Sejuk

Suatu keadaan lingkungan di daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang sehat sehingga memberikan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah wisata tersebut.

5. Indah

Suatu kondisi atau keadaan yang mencerminkan penataan lokasi yang sesuai sehingga menjadikan keindahan, keindahan terutama dari semua penampilan semua unsur destinasi wisata tersebut. Hal ini mencerminkan keadaan yang memberikan rasa kagum dan kesan mendalam bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.

6. Ramah Tamah

Sifat dan perilaku Masyarakat yang hormat dan sopan santun dalam

berkomunikasi, senyum, dan menyapa. Hal ini mencerminkan suasana yang akrab dan penerimaan yang tinggi yang akan memberikan rasa nyaman terhadap wisatawan sehingga diterima dan betah melakukan perjalanan ke daerah destinasi wisata tersebut.

7. Kenangan

Suatu bentuk pengalaman yang berkesan pada daerah tujuan wisata yang memberikan rasa senang dan nyaman dan memberikan kenangan indah yang membekasi bagi wisatawan yang melakukan perjalanan ke daerah destinasi wisata tersebut. kenangan mencakup hal-hal berikut diantaranya kenangan lingkungan yang nyaman dan pelayanan-pelayanan yang baik, kenangan dari ciri khas misalnya makanan yang khas yang disajikan, serta kenangan dari cendera mata seperti barang- barang yang bisadibeli wisatawan di daerah wisata tersebut.

2.1.2 Agrowisata

a. Pengertian Agrowisata

Agrowisata didefinisikan sebagai rangkaian atau aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan sektor pertanian mulai dari produksi hingga akhirnya memperoleh produk pertanian dalam berbagai sistem dengantujuan untuk memperluas ilmu pengetahuan, pemahaman serta pengalaman rekreasi di bidang pertanian (Pradipta, 2018). Agrowisata telah diberikan batasan sebagai wisata yang memanfaatkan objek-objek pertanian. Aktivitas agrowisata meliputi persiapan lahan, penanaman, pemeliharaan, pemanenan, pengelolaan hasil panen sampai dengan bentuk siap dipasarkan dan wisatawan dapat membeli produk pertanian tersebut.

Agrowisata merupakan kegiatan yang memadukan wisata dan edukasi yang berkaitan dengan bidang pertanian. Agrowisata memberikan kesempatan bagi petani untuk mampu meningkatkan kualitas hidupnya melalui sumber daya pertanian dan memberikan gambaran secara nyata kepada wisatawan tentang pertanian dan kehidupan Bertani (Utama dan Junaedi, 2016). Agrowisata merupakan suatu kegiatan wisata dan edukasi

yang berkaitan dengan bidang pertanian. Agrowisata bagi wisatawan adalah mendidik wisatawan untuk memahami kehidupan tentang pertanian dan memberikan pemahaman kepada wisatawan bahwa kehidupan Bertani merupakan pekerjaan yang amat mulia karena kehidupan manusia sangat bergantung kepada pertanian. Agrowisata memberikan pengalaman perjalanan yang sangat unik bagi wisatawan karena agrowisata merupakan perjalanan wisata yang relative murah dibandingkan dengan wisata lainnya.

Agrowisata memberikan manfaat untuk peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerintah dengan kata lain fungsi pariwisata dapat dilakukan dengan budidaya pertanian dan sekaligus fungsi konservasi (Sastrayuda, 2010). Adanya agrowisata diharapkan mampu meningkatkan dan melestarikan potensi sumber daya alam yang ada pada wilayah itu sendiri serta meningkatkan pendapatan petani/masyarakat di sekitar agrowisata serta membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat pedesaan.

b. Prinsip-Prinsip Agrowisata

Ekowisata dan agrowisata pada dasarnya memiliki prinsip yang sama. Menurut Sriyandi dan Fivintari (2016), ada beberapa prinsip agrowisata diantaranya: menekankan serendah-rendahnya dampak negatif terhadap alam dan kebudayaan yang dapat merusak daerah tujuan wisata, memberikan pembelajaran kepada wisatawan mengenai suatu pelestarian, menekankan pentingnya bisnis yang bertanggung jawab serta bekerja sama dengan unsur pemerintah dan Masyarakat untuk memenuhi kebutuhan penduduk lokal dan memberikan manfaat pada usaha pelestarian, mengarahkan keuntungan ekonomi secara langsung untuk tujuan pelestarian sumber daya alam dan kawasan yang dilindungi, memberi penataan serta pengelolaan tanaman-tanaman untuk tujuan wisata tersebut, serta mendorong usaha peningkatan manfaat ekonomi terutama penduduk yang tinggal di kawasan yang dilindungi.

c. Potensi Agrowisata

Sebagai negara agraris, sektor pertanian di Indonesia merupakan sektor yang dominan dan merupakan tulang punggung yang akan memajukan perekonomian. Upaya dalam peningkatan pengembangan usaha pertanian terus ditingkatkan baik secara tradisional maupun modern merupakan potensi kuat yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Indonesia yang begitu luas dan memiliki banyak keanekaragaman hayati, lahan yang potensial untuk agrowisata dalam skala besar belum dikembangkan sepenuhnya hal ini disebabkan masih terbatasnya jumlah jangkauan dan kemampuan pengelolaan agrowisata, sehingga potensi agrowisata membuka peluang bagi pengembangan produk yang tidak terbatas pada objek dengan skala yang besar. Potensi yang berkaitan dengan agrowisata yaitu sumber daya alam yang termasuk dalam potensi fisik yaitu lahan di mana lahan mempunyai tipe tanah yang digunakan untuk media bagi tumbuhnya tanaman tertentu, tanah merupakan bagian kekayaan alam yang terdapat didalamnya seperti kesuburan tanah, air, serta cuaca dan iklim yang sangat erat hubungannya dengan suhu dan curah hujan yang mempengaruhi suatu daerah (Ahmad Soleh, 2017)

Potensi Agrowisata merupakan salah satu daya tarik wisata berbasis Masyarakat, yang dapat memberikan dampak bagi peningkatan ekonomi Masyarakat, dalam bentuk pendapatan Masyarakat, kesempatan kerja, dan kesempatan berusaha. Potensi agrowisata memberikan manfaat untuk konservasi lingkungan, meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam, serta merupakan kegiatan rekreasi yang menyenangkan.

Menurut Utama (2010), potensi pertanian yang dapat dikembangkan sebagai agrowisata diantaranya:

1. Lahan Perkebunan

Suatu kawasan yang ideal untuk dimanfaatkan sebagai objek dan daya tarik agrowisata. Kawasan perkebunan merupakan kegiatan yang dilakukan mulai dari pembibitan sampai dengan pengolahan hasilnya.

Setiap kegiatan yang dilakukan dalam perkebunan dapat dijadikan sebagai daya tarik yang menarik bagi wisatawan mulai dari pembibitan, penanaman, pengolahan dan pengepakan hasil produksinya.

Perkebunan sebagai objek agrowisata terdiri dari perkebunan kelapa sawit, karet, kopi, tebu, dan lain-lain. Perkebunan yang dijadikan agrowisata biasanya luasnya tidak dibatasi dengan kata lain luasnya sesuai dengan izin dan persyaratan objek agrowisata yang diberikan. Dalam objek seharusnya dilengkapi dengan unit pengolahan, pengepakan hasil, sarana dan prasarana.

2. Tanaman Pangan dan Hortikultura

Tanaman pangan dan hortikultura merupakan daya tarik objek agrowisata diantaranya berupa kebun bunga, kebun buah-buahan, kebun sayur-sayuran, kebun tanaman obat-obatan.

3. Peternakan

Potensi peternakan sebagai sumber daya wisata diantaranya cara tradisional dalam pemeliharaan ternak, aspek keunikan pengelolaan, produksi ternak, serta atraksi peternakan yang khusus.

4. Perikanan

Indonesia merupakan negara kepulauan yang sebagian besar terdiri dari wilayah perairan dengan potensi sumber daya ikan yang banyak berbagai jenisnya. Kegiatan perikanan di Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai objek agrowisata.

Kawasan agrowisata memiliki kriteria-kriteria karakter dan ciri-ciri dan potensi yang dapat dikenali. Berikut merupakan kawasan yang memiliki kriteria (Bappenas, 2004):

1. Memiliki potensi atau basis kawasan disektor agro baik pertanian, hortikultura, perikanan maupun peternakan, misalnya:
 - a) Sub sistem usaha pertanian primer (*om farm*) yang antara lain terdiri dari pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan dan kehutanan.

- b) Sub sistem industri pertanian seperti pengelolaan, kerajinan, pengemasan dan pemasaran.
- c) Sub sistem pelayanan yang akan menunjang daya dukung kawasan agrowisata baik terhadap industri dan layanan wisata agro, misalnya transportasi dan akomodasi, penelitian dan pengembangan, fasilitas dan infrastruktur.
- d) Adanya kegiatan Masyarakat yang didominasi oleh kegiatan pertanian yang akan mendorong tumbuhnya industri pariwisata dan berkembangnya sektor agrowisata.

2. Keestetikan

Menurut Tirtawinata dan Fachruddin dalam Desna (2017) agrowisata dapat meningkatkan konservasi lingkungan, meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam, memberikan nilai rekreasi, meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan, dan mendapatkan keuntungan ekonomi. Agrowisata merupakan objek yang benar-benar menyatu dengan lingkungan diharapkan memiliki nilai-nilai *existence effect* pada lingkungan karena area agrowisata akan mempengaruhi cuaca bahkan iklim disekitarnya. Banyaknya tumbuhan pada Agrowisata dapat menyerap serta berfungsi menahan cadangan air dan menjadikan udarasegar dan nyaman (Desna, 2017).

Keindahan alam yang tertata dengan rapih kemudian dipadukan dengan pengelolaan Agrowisata yang tepat akan memberikan nilai estetika pada setiap orang yang melihatnya. Dalam perencanaan Agrowisata diperlukan pengelolaan yang tepat sehingga akan menimbulkan nilai ke estetikan pada Agrowisata tersebut sehingga akan menarik untuk tinggal lebih lama dikawasan agrowisata tersebut (Desna, 2017). Keindahan atau estetika dalam konteks agrowisata melibatkan banyak faktor yang akan mempengaruhi pengalaman dan persepsi pengunjung terhadap destinasi wisata tersebut. Beberapa

faktor yang sering diperhatikan dalam nilai keindahan agrowisata yaitu keaneka ragaman tanaman di area agrowisata yang dapat meningkatkan nilai estetika, pemilihan tanaman yang beragam, kebersihan area, sertapemeliharaan yang baik yang akan menciptakan pengalam keindahan dalam berekreasi.

3. Edukasi Pertanian

Agrowisata juga memberikan nilai ilmiah yang dapat mendorong para peneliti, ilmuan atau kalangan pelajar untuk memberikan rasa ingin tau tentang kekayaan sumber daya alam yang berada di kawasan agrowisata tersebut. peningkatan kualitas pada Agrowisata melalui kegiatan penelitian juga dapat membina hubungan dengan Lembaga penelitian dan pendidikan (Desna, 2017).

Agrowisata dapat dijadikan sebagai pengalaman rekreasi dengan menggabungkan pertanian dan pariwisata dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada pengunjung mengenai kehidupan pertanian, pengunjung dapat belajar dengan melihat, menyentuh dan berpartisipasi langsung dalam kegiatan pertanian. Agrowisata dapat memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk memahami siklus pertanian dari penanaman hingga panen serta proses pengolahan dan distribusi produk pertanian.

4. Peningkatan Ekonomi

Agrowisata dapat memberikan keuntungan dalam ekonomi. keuntungan ekonomi bagi daerah dan Masyarakat seperti membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan Masyarakat, meningkatkan produksi dan kualitas, meningkatkan popularitas daerah (Desna, 2017). Agrowisata memberikan peluang untuk mendapatkan pendapatan tambahan melalui penjualan produk hasil pertanian seperti buah-buahan, sayuran dan produk olahan. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha pertanian.

Agrowisata bukan hanya memberikan pengalaman wisata yang

menarik, tetapi juga berpotensi besar sebagai penggerak ekonomi lokal dengan memberikan dampak positif terhadap perekonomian, pendapatan, dan pekerjaan di daerah tersebut.

d. Pengembangan Agrowisata

Pengembangan kawasan Agrowisata akan meningkatkan kunjungan wisatawan yang akan memberikan kontribusi terhadap kawasan agrowisata yang akan memberikan kontribusi dalam meningkatkan pendapatan ekonomi kawasan agrowisata tersebut (Budiarti et al, 2010). Pengembangan agrowisata sebagai pendekatan pembangunan pertanian pariwisata yang menempatkan Masyarakat sebagai bagian yang tidak dapat terpisahkan, pengembangan agrowisata menonjolkan budaya lokal dalam pengembangan lahan, pendapatan pertanian diharapkan dapat ditingkatkan dan sekaligus menjadi sumber daya lahan yang sesuai dengan lingkungan kondisi alaminya.

Pengelolaan pengembangan agrowisata perlu mempertimbangkan aspek yang melatar belakangi keberhasilan pengelola agrowisata yang akan menarik wisatawan untuk datang ke kawasan agrowisata tersebut. Menurut Sastrayuda(2010) aspek yang dimaksud yaitu:

a) Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk pengelolaan agrowisata harus memiliki latar belakang berpengalaman dibidangnya dalam mengelola pekerjaannya. Para petani harus memiliki *skill* dalam bercocoktanaman yang akan memberikan informasi kepada pengunjung.

b) Aspek Fasilitas, Sarana dan Prasarana

Hasil komoditas usaha tani yang dimanfaatkan perlu tersedianya sarana dan prasarana seperti jalan/akses menuju kawasan agrowisata. Sarana yang dibutuhkan untuk menunjang kepada wisatawan diantaranya fasilitas umum (toilet), restaurant, ruang informasi dan sarana transportasi.

c) Aspek Pemilihan Lokasi

Perpaduan antara komoditas pertanian dengan keindahan alam

memberikan nuansa kenyamanan dan ketenangan yang dapat mendorong daya tarik wisata di daerah tersebut.

Kawasan agrowisata yang dikembangkan hendaknya mendukung terhadap fungsi kawasan wisata sekaligus memperhatikan budidaya pertanian. Pengembangan yang dilakukan berdasarkan potensi pertanian yang dimiliki daerah kawasan agrowisata tersebut yang akan memberikan daya tarik tersendiri yang akan menarik pengunjung untuk datang ke kawasan agrowisata tersebut.

e. Strategi Pengembangan Agrowisata

Strategi merupakan suatu rencana dalam mengelola sumber daya alam dan potensi yang ada menjadi sebuah produk berkelanjutan yang diharapkan sesuai dengan harapan konsumen. Munawar dan Nawir (2018) menyatakan bahwa terdapat beberapa hal penting dalam mengembangkan produk wisata antara lain:

1. Riset pasar, seperti; luas cakupan area, kondisi sosial ekonomi dan pesaing.
2. Pengamatan lokasi, seperti; ketersediaan infrastruktur, jarak dan akses kelokasi, lingkungan sekitar dan kendala.
3. Kebutuhan fasilitas dan biaya.
4. Pemasaran/Promosi yang dilakukan guna untuk memperkenalkan, memberitahu Masyarakat banyak mengenai objek wisata pada suatu daerah tersebut.
5. Sumber daya manusia, merupakan sumber yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata. Sumber manusia yang membentuk kelompok untuk pengembangan pariwisata tersebut.

Pengembangan agrowisata dalam melakukan pengembangan memerlukan kerjasama yang bersinergi dari setiap pelaku yang terlibat mulai dari pengelola, Masyarakat, swasta dan Pengelolaan Agrowisata.

2.1.3 Promosi

Dalam usaha menarik wisatawan untuk datang ke sebuah destinasi wisata disuatu tempat harus dibutuhkan strategi promosi yang baik. Promosi merupakan suatu faktor dalam penentu keberhasilan suatu pemasaran daerah destinasi wisata. Promosi merupakan strategi yang sangat penting dalam pemasaran yang akan membantu dalam perkembangan dan memberi informasi yang tepat mengenai suatu objek destinasi wisata.

Strategi *marketing* merupakan salah satu contoh dari promosi, di mana hal tersebut masuk ke dalam faktor penting dalam pariwisata. Promosi pada dasarnya merupakan sebuah upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan atau memasarkan suatu pariwisata yang memanfaatkan berbagai media kemajuan teknologi, promosi dilakukan harus secara teratur (Suwanto, 1997:56). Promosi yang dilakukan dengan pemanfaatan teknologi digital. Peran digital dalam promosi menjadi hal yang sangat penting untuk perkembangan suatu daerah destinasi wisata. Memanfaatkan promosi digital dalam media sosial dapat memberikan bagaimana cara memperbanyak jaringan konsumen dalam mempromosikan produknya. Adapun platform media sosial yang dapat digunakan untuk melakukan promosi diantaranya *facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, dan masih banyak lagi.

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

Penelitian relevan menunjukkan bahwa penelitian yang akan dilakukan merupakan penelitian yang baru. Selain itu, penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dianggap sebagai penelitian yang relevan yang akan dilakukan oleh penulis. Beberapa penelitian relevan dalam penelitian ini antara lain:

1. Hasil penelitian Firhan Chairangga (2019) yang berjudul “Identifikasi Potensi Kawasan Caringin Tilu Sebagai Kawasan Agrowisata di Desa Cimenyan Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung” Intansi Universitas Siliwangi, dengan rumusan masalah 1) Potensi-potensi apa sajakah yang mendukung Kawasan Caringin Tilu sebagai kawasan agrowisata di Desa Cimenyan Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung? 2) Upaya apa saja yang dapat

dilakukan untuk mengembangkan potensi Kawasan Caringin Tilu sebagai kawasan agrowisata di Desa Cimenyan Kecamatan Cimenyan Kabupaten Tasikmalaya? Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif.

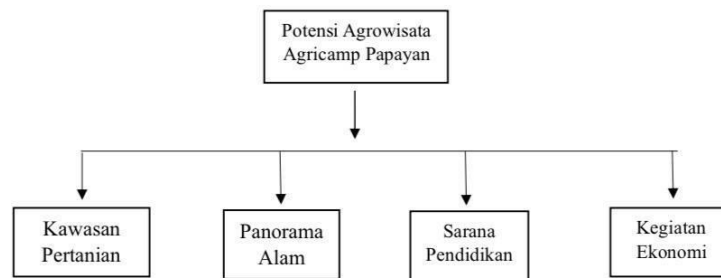
2. Hasil penelitian Mutia Permatasari (2019) yang berjudul “Potensi Villa Bukit Hambalang Sebagai Objek Agrowisata Di Desa Hambalang Kecamatan Citeuteup Kabupaten Bogor” Intansi Universitas Siliwangi, dengan rumusan masalah 1) Potensi apa saja yang mendukung objek agrowisata di Villa Bukit Hambalang di Desa Hambalang Kecamatan Citeureup Kabupaten Bogor? 2) Bagaimana Upaya pengembangan agrowisata di Villa Bukit Hambalang di Desa Hambalang Kecamatan Citeureup Kabupaten Bogor? Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif.
3. Hasil penelitian Aprilia Natasya Br Surbakti (2021) yang berjudul “Analisis Potensi Agrowisata Kabupaten Karo” Intansi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, dengan rumusan masalah 1) Bagaimana potensi pengembangan Agrowisata di Kabupaten Karo? 2) Bagaimana strategi dalam pengembangan Agrowisata di Kabupaten Karo? Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan skema yang digunakan untuk menentukan hipotesis berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kajian teoritis. Adapun kerangka konseptual dari penelitian ini adalah:

1. Kerangka Konseptual I

Mengetahui potensi apa saja yang mendukung Agricamp Papayan sebagai kawasan Agrowisata di Desa Papayan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya.



Sumber: Hasil Analisis, 2023

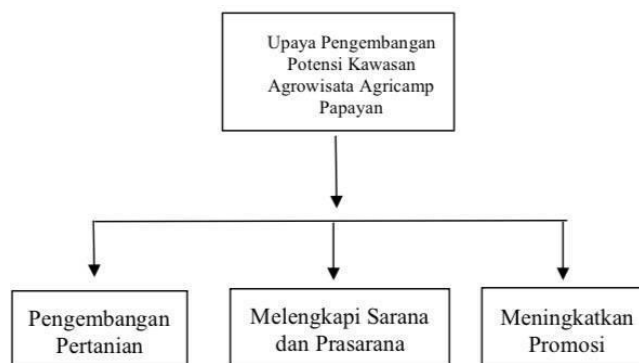
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual I

Kerangka konseptual yang telah di paparkan dalam Gambar 2.1 mengenai potensi yang dimiliki Kawasan Agricamp Papayan untuk di jadikan Kawasan Agrowisata di Desa Papayan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya adalah:

- a) Kawasan Pertanian
- b) Panorama Alam
- c) Sarana Edukasi
- d) Kegiatan Ekonomi

2. Kerangka Konseptual II

Mengetahui Upaya pengembangan potensi agrowisata agricamp papayan di Desa Papayan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya dengan menggunakan skema:



Sumber: Hasil Analisis, 2023

Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual II

Adanya potensi yang dimiliki Kawasan Agricamp Papayan untuk dijadikan kawasan agrowisata maka sangat perlu diperhatikan dalam pengelolaannya. Faktor-faktor yang perlu dikembangkan untuk mendukung pengembangan Kawasan Agrowisata Agricamp Papayan di Desa Papayan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya adalah:

- a) Pengembangan Pertanian
- b) Melengkapi sarana dan prasarana
- c) Meningkatkan Promosi

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara dari masalah yang akan diteliti, hipotesis yang disusun merupakan jenis penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hasil berdasarkan landasan teori yang kuat serta didukung hasil-hasil penelitian yang relevan (Hipo, 2015).

Penelitian ini dikemukakan beberapa hipotesis berkenaan dengan masalah di atas, sebagai berikut:

1. Potensi apa saja yang mendukung kawasan Agricamp papayan sebagai kawasan Agrowisata di Desa Papayan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya adalah yaitu kawasan pertanian, panorama alam, sarana edukasi dan kegiatan ekonomi.
2. Bagaimana upaya pengembangan potensi agrowisata agricamp papayan di Desa Papayan Kecamatan Jatiwatas Kabupaten Tasikmalaya dilihat dari Pengembangan pertanian, melengkapi sarana dan prasarana, dan meningkatkan promosi.