

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pariwisata dalam Kajian Geografi

Ilmu Geografi dan ilmu Pariwisata memiliki keterkaitan satu sama lain sehingga muncul suatu cabang ilmu Geografi yaitu Geografi Pariwisata. Geografi pariwisata merupakan cabang ilmu geografi regional dengan mengkaji suatu wilayah atau *region* di permukaan bumi secara komprehensif, baik aspek fisik maupun aspek manusianya (Sya, 2005:1).

Ilmu Geografi selalu berhubungan dengan lokasi suatu fenomena, hubungan antara fenomena dan distribusi suatu keruangan. Pariwisata sangat erat kaitannya dengan pemanfaatan ruang, lokasi-lokasi daerah tujuan wisata, lokasi dimana wisatawan melakukan pergerakan dari daerah satu daerah ke daerah lainnya. Maka dari itu Geografi memiliki peranan yang sangat penting dalam menyediakan ruang sebagai daerah tujuan wisata yang sesuai dengan permintaan wisatawan sehingga memberikan suatu kepuasan terhadap wisatawan yang memiliki karakter dan keinginan berbeda-beda (Maryani, 2019:). Peran geografi pariwisata yaitu:

- a. Memberikan gambaran dalam memahami karakteristik sumberdaya pariwisata yang ada pada suatu wilayah; dan
- b. Memberikan gambaran dalam memahami karakteristik aktivitas para wisatawan berdasarkan pada asal wisatawan dan tempat tujuannya.

2.1.2 Pariwisata

Pariwisata diperkirakan muncul di masyarakat setelah revolusi industri di Inggris pada abad ke-18, istilah tersebut berasal dari adanya suatu kegiatan wisata atau aktivitas perubahan tempat tinggal secara sementara dari di luar tempat tinggal sehari-harinya dengan suatu alasan tertentu selain kegiatan yang bisa menghasilkan gaji ataupun upah. Pariwisata ini merupakan sebuah aktivitas pelayanan dimana aktivitas tersebut mampu menciptakan sebuah

kenangan atau pengalaman perjalanan bagi wisatawannya (Muljadi dan Warman, 2010:7).

Secara etimologis pariwisata berasal dari dua kata yaitu *pari* dan *wisata*, kata *pari* artinya banyak, berkali-kali, berputar-putar dan lengkap. Sedangkan kata *wisata* artinya perjalanan atau bepergian (Kencana, 2009:14-15). Dapat disimpulkan bahwa pariwisata memiliki arti perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali.

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan pada pasal 1 ayat (3) dijelaskan bahwa pariwisata adalah macam-macam aktivitas wisata dengan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah, yang di dalamnya mengandung unsur-unsur geografis, historis dan kultural. Menurut Yoeti (1985) dalam (Arjana, 2016:5) Pariwisata adalah keseluruhan dari gejala-gejala yang timbul oleh perjalanan dan penyediaan tempat tinggal sementara kemudian tidak berhubungan dengan pencarian nafkah.

2.1.2.1 Destinasi Pariwisata

Destinasi pariwisata menurut (Suryadana, 2021:5) adalah area atau kawasan geografis yang berbeda dalam satu atau lebih wilayah administratif yang mana di dalamnya terdapat unsur daya tarik wisata, diantaranya fasilitas, masyarakat, aksesibilitas, dan juga wisatawan yang dimana semua itu saling terikat dan juga saling melengkapi untuk dapat terwujudnya suatu kegiatan pariwisata.

Suatu daerah yang memiliki daya tarik dibidang wisata juga bisa menarik untuk didatangi oleh para wisatawan dan juga harus dapat memenuhi syarat untuk dilakukan pengembangan di daerahnya, menurut syarat pariwisata menurut (Maryani, 2019:11) adalah:

1) What to see

Di dalam suatu objek wisata harus ada objek atau atraksi yang memiliki keunikan dan berbeda dengan daerah yang lainnya. *What to see* ini dapat meliputi atraksi wisata, kegiatan, kesenian, dan pemandangan alam.

2) *What to do*

Di dalam objek wisata selain ada hal yang dapat dilihat, harus pula disediakan berupa fasilitas rekreasi yang dimana hal ini bisa membuat wisatawan enggan untuk meninggalkan objek wisata tersebut.

3) *What to buy*

Tempat destinasi wisata juga harus tersedia fasilitas untuk para wisatawan berbelanja terutama barang *souvenir* dan kerajinan yang dapat dijadikan oleh-oleh untuk dibawa pulang oleh para wisatawannya ke tempat asalnya.

4) *What to arrived*

Dalam destinasi wisata juga aksesibilitas termasuk di dalamnya, bagaimana cara kita dapat mengunjungi daya tarik wisata tersebut, kendaraan apa yang dapat digunakan, dan berapa lama waktu yang ditempuh untuk bisa sampai ke tempat tujuan wisata tersebut.

5) *What to stay*

Dalam destinasi wisata juga harus diperhatikan bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara waktu selama wisatawan tersebut sedang berlibur. Diperlukan fasilitas berupa sebuah penginapan baik itu hotel bintang lima maupun penginapan biasa.

2.1.2.2 **Komponen dan Produk Wisata**

Daya tarik wisata menurut Cooper (1993) dalam (Suwena dan Wiidyatmaja 2010:86) Komponen produk wisata terdiri dari empat poin yang diantaranya mencakup:

1) *Attraction* (Atraksi)

Atraksi adalah sebuah komponen yang signifikan dimana di dalamnya memiliki sebuah keunikan tersendiri dimana keunikan tersebut akan menarik minat para wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah yang memiliki daya tarik wisata tersebut. Suatu tempat bisa dijadikan tujuan pariwisata ketika kondisinya mendukung untuk dilakukan pengembangan menjadi sebuah atraksi pariwisata.

2) *Amenities* (Fasilitas)

Amenities ini merupakan suatu bentuk dari segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh para wisatawan selama wisatawan tersebut berada di daerah tujuan wisatanya. Sarana dan prasarana yang dimaksud disini seperti : tempat makan, tempat menginap, tempat beribadah, dan lainnya.

3) *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas merupakan hal yang sangat penting di dalam sebuah kegiatan pariwisata. Segala macam akses dan kondisi jalan serta jasa transportasi umum menjadi suatu hal penting dalam pariwisata.

4) *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan tambahan ini merupakan pelayanan yang sudah harus disediakan oleh Pemerintah setempat dari suatu daerah tujuan wisata baik itu untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata itu sendiri baik itu di jalan raya maupun di daya tarik wisata dengan baik.

2.1.2.3 Pengembangan Komponen Produk Wisata

Pengembangan komponen objek wisata menurut (Leiper, 1990) dalam (Teguh, 2014:68) terdapat tiga elemen utama untuk pengembangan objek wisata, yaitu :

1) Wisatawan

Wisatawan adalah faktor yang sangat penting di dalam suatu kegiatan wisata. Dimana dalam kegiatan berwisata ini akan menjadi pengalaman bagi manusia untuk dapat menikmatinya, dan juga dapat mengingat masa-masa di dalam hidupnya.

2) Elemen Geografi

Dalam pergerakan wisatawan berlangsung dalam tiga area geografi, yaitu:

- a) Daerah Asal Wisatawan (DAW)
- b) Daerah Transit
- c) Daerah Tujuan Wisata (DTW)

3) Industri Pariwisata

Dan poin ketiga dalam sistem kepariwisataan adalah industri pariwisata. Dimana industri ini adalah sebuah industri yang di dalamnya menyediakan jasa, daya tarik, dan juga sarana untuk wisata. Industri ini juga dapat berupa sebuah unit usaha di dalam kepariwisataan dan yang tersebar di tiga area geografi.

2.1.2.4 Jenis dan Macam Pariwisata

Terdapat berbagai jenis dan macam pariwisata menurut (Yoeti, 2017:120) diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Menurut letak geografis; pariwisata lokal, pariwisata regional, kepariwisataan nasional, regional internasional *tourism*, internasional *tourism*
- 2) Menurut alasan/tujuan perjalanan; *business tourism*, *vacational tourism*, *educational tourism*
- 3) Menurut saat atau waktu berkunjung; *seasonal tourism*, *occasional tourism*
- 4) Menurut objeknya; *cultural tourism*, *recuperational tourism*, *commercial tourism*, *sport tourism*, *political tourism*, *social tourism*, *religion tourism*

Berdasarkan orang yang melakukan perjalanannya jenis wisata yaitu sebagai berikut :

- a) Wisata minat khusus
- b) Wisata petualangan
- c) Wisata banyak minat
- d) Wisata *backpacker* (Dinas pariwisata Kabupaten Bone, 2019).

2.1.2.5 Wisata Minat Khusus

Banyak sekali jenis dan macam pariwisata jika dikelompokkan dari berbagai aspek, wisata minat khusus menjadi salah satunya jika dilihat berdasarkan aspek orang yang melakukan perjalanannya. Menurut (Suryadana, 2020:18) wisata minat khusus merupakan salah satu wisata yang pengembangannya baru di Indonesia, jenis wisata ini ditargetkan

pada wisatawan yang memiliki motivasi khusus dan keahlian tertentu seperti mendaki gunung, arung jeram, panjat tebing dan lain-lain.

Wisata minat khusus menurut (Darsiharjo dkk, 2016: 13) adalah salah satu jenis wisata yang mulai banyak digemari oleh wisatawan di Indonesia. Wisata minat khusus adalah kegiatan wisata yang memiliki fokus kegiatan yang lebih spesifik. Wisata minat khusus menawarkan sesuatu yang lebih dari biasanya, suatu pengalaman yang baru dan unik. Beberapa jenis wisata minat khusus seperti wisata sejarah dan budaya, wisata alam dan ekowisata, wisata kuliner dan belanja, wisata MICE, wisata olahraga dan rekreasi, wisata *cruise ship*, dan wisata spa.

Beberapa jenis perjalanan (*tour*) disusun berdasarkan minat khusus dari wisatawan sesuai dengan minat wisatawan itu sendiri antara lain sebagai berikut:

- 1) *Museum tour*: adalah suatu perjalanan yang tujuannya untuk mengunjungi museum-museum.
- 2) *Archeologi tour*: adalah suatu perjalanan yang tujuannya untuk mengunjungi objek-objek wisata yang mempunyai nilai arkeologi untuk penelitian.
- 3) *Architectural tour*: adalah suatu perjalanan yang bertujuan untuk mengunjungi bangunan-bangunan yang mempunyai nilai arsitektur yang menarik.
- 4) *Adventure tour*: adalah suatu perjalanan yang mempunyai unsur petualangan (Muljadi dan Warman, 2010:182).

Menurut (Fandeli, 2002:30-31) wisata minat khusus memiliki beberapa prinsip antara lain :

- 1) Motivasi wisatawan mencari sesuatu yang baru, otentik, dan mempunyai pengalaman perjalanan wisata yang berkualitas.
- 2) Motivasi dan keputusan untuk perjalanan ditentukan oleh minat tertentu/khusus dari wisatawan dan bukan dari pihak-pihak lain.
- 3) Wisatawan melakukan perjalanan berwisata pada umumnya mencari pengalaman baru yang dapat diperoleh dari obyek sejarah, makanan

lokal, olahraga, adat istiadat, kegiatan di lapangan dan pengetahuan alam.

Wisata minat khusus adalah wisata yang diminati oleh wisatawan yang mempunyai motivasi tertentu, bentuk wisata yang dicari oleh wisatawan minat khusus ini biasanya kegiatan wisata yang terdapat unsur tantangan/petualangan sehingga tidak semua wisatawan berminat terhadap jenis wisata tersebut, wisata ini erat kaitannya dengan *adventure* atau petualangan salah satunya adalah wisata pendakian gunung.

2.1.3 Wisatawan

Menurut Undang-undang nomor 10 tahun 2009, wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata. Wisatawan juga adalah orang-orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung (*visitor*) yang terdiri dari banyak orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan, termasuk di dalamnya.

Pengertian lain menurut (Suwantoro, 2004) Wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan wisata. Seseorang atau sekelompok orang tersebut dapat dikatakan sebagai wisatawan apabila tinggal di suatu tempat dengan periode waktu lebih dari 24 jam. Seseorang yang tidak tinggal lebih dari 24 jam maka orang tersebut masuk dalam kategori pelancong (*excursionist*).

Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat di simpulkan bahwa pengertian wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan dengan tujuan untuk melakukan kegiatan wisata atau mengunjungi suatu tempat untuk tujuan pribadi lainnya dengan durasi kurang atau lebih dari 24 jam.

2.1.3.1 Jenis-jenis Wisatawan

Wisatawan dapat dipilah-pilah dalam beberapa jenis dengan tujuan untuk mengelompokkan perilaku mereka. Menurut Perreault dan Dorden dalam (Ismayanti, 2020:93-94). Mereka membagi wisatawan ke dalam lima kelompok sebagai berikut:

- a. Wisatawan sandal jepit atau budget

Wisatawan jenis ini sebenarnya memiliki pendapatan yang cukup tetapi ketika mereka berwisata, mereka menetapkan anggaran terbatas sehingga setiap kegiatan diperhitungnya secara matang dan sebisa mungkin mendapatkan fasilitas yang murah. Tetapi uniknya, kebanyakan dari mereka adalah berpendidikan tinggi sehingga pengetahuan mereka tentang daerah wisata luar biasa.

b. Wisatawan petualang atau *advonturir*

Tujuan perjalanan wisatawan ini adalah satu yaitu bertualang. Mereka rela membayar berapapun selama petualangannya menjadi pengalaman yang tidak terlupakan. Wisatawan ini membuat keputusan perjalanan sendiri dengan mencari informasi sebanyak mungkin dari beragam sumber.

c. Wisatawan yang 'selalu waspada'

Wisatawan jenis ini selalu meminta pendapat dari banyak sumber dalam menentukan perjalanannya, biasanya mereka sangat mempercayai sumber dari mulut ke mulut, rekomendasi dari teman dan kerabat, atau sumber informasi lain yang terpercaya. Kewaspadaan adalah hal yang utama saat berwisata karena pada dasarnya mereka adalah tipe yang mudah khawatir sehingga persiapan perjalanan merupakan kegiatan yang mutlak dilakukannya.

d. Pelancong atau *vacationer*

Wisatawan jenis ini berwisata dalam kelompok kecil dan senang menghabiskan waktu untuk bersantai di akhir pekan. Ketika perjalanan wisatanya hampir berakhir, mereka mulai mencari dan memilih liburan berikutnya. Mereka merupakan orang-orang yang aktif namun berpenghasilan rendah.

e. Wisatawan menengah atau *moderate*

Wisatawan jenis ini cenderung mewah dan mahal, mereka memiliki cita rasa pilihan wisata yang tinggi. Wisatawan ini kurang menyenangi wisata pada waktu liburan karena mereka tidak suka dengan kepadatan di tempat wisata sehingga akhir pekan bukanlah waktu yang tepat bagi

mereka untuk melakukan perjalanan wisata.

2.1.3.2 Karakteristik Wisatawan

Karakteristik merupakan ciri khas, bentuk-bentuk watak dan karakter yang dimiliki setiap individu. Gambaran mengenai Karakteristik wisatawan menurut Seaton dan Bennet dalam (Suwena dan Widyatmaja, 2017:36) dapat dibedakan berdasarkan dua hal yaitu karakteristik perjalanannya (*trip descriptor*) dan karakteristik wisatawannya (*tourist descriptor*).

a. Karakteristik perjalanannya (*trip descriptor*)

Menurut (Seaton dan Bannet, 1989) dalam (Suwena dan Widyatmaja, 2017:37) *Trip descriptor* mengacu pada kegiatan dan tujuan wisatawan melakukan sebuah perjalanan wisata. Wisatawan akan dibagi ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan jenis perjalanan yang dilakukan. Secara umum jenis perjalanan dibedakan menjadi perjalanan rekreasi, mengunjungi teman/keluarga (VFR = *visiting friends and relatives*), perjalanan bisnis dan kelompok perjalanan lainnya. Menurut (Dewi, Kartini, dan Mahadewi, 2016:51) *trip descriptor* terbagi menjadi berapa lama waktu perjalanan, kapan melakukan perjalanan, dengan apa pengorganisasian perjalanan dan besar pengeluaran finansial. Kegiatan yang dilakukan wisatawan akan memberikan kepuasan tersendiri apabila wisatawan mampu mencapainya karena sebuah kegiatan yang dilakukan dalam perjalanan wisata akan memberikan kenangan baik berupa cerita, foto maupun penghargaan yang dapat menarik wisatawan lain untuk berkunjung.

b. Karakteristik wisatawannya (*tourist descriptor*).

Karakteristik wisatawannya (*tourist description*) lebih memfokuskan pada wisatawannya, biasanya digambarkan dengan “*who, wants, what, why, when, where and how much?*”. Untuk menjelaskan hal tersebut maka di perlukan beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. Karakteristik Sosio-Demografis

Karakteristik sosio-demografis akan mencoba menjawab pertanyaan “*who wants what?*”. Pembagian berdasarkan karakteristik ini paling sering dilakukan untuk kepentingan analisis pariwisata, perencanaan dan pemasaran karena sangat jelas definisinya dan relatif mudah bagiannya (Ismayanti, 2020:103). Yang termasuk dalam karakteristik sosio-demografis diantaranya adalah jenis kelamin, umur, status perkawinan, tingkat pendidikan, pekerjaan, kelas sosial, ukuran keluarga atau jumlah anggota keluarga, dan lain-lain. Karakteristik sosio-demografis juga berkaitan satu sama lain secara tidak langsung. Misalnya tingkat pendidikan seseorang berkaitan dengan pekerjaan yang dimiliki dan tingkat pendapatannya, usia berkaitan dengan status perkawinan dan ukuran keluarga. Pembagian wisatawan berdasarkan karakteristik sosio-demografis ini relevan dengan pola berwisata mereka. Jenis kelamin maupun kelompok umur misalnya berkaitan dengan jenis wisata yang dipilih. Jenis pekerjaan seseorang dan tipe keluarga akan berpengaruh pada waktu luang yang dimiliki orang tersebut serta kemampuan finansial dalam menjangkau tempat wisata tertentu.

2. Karakteristik Psikografis

Karakteristik psikografis membagi wisatawan ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan kelas sosial dan karakteristik personal. Wisatawan dalam kelompok demografis yang sama bisa saja memiliki profil psikografis yang sangat berbeda (Smith, 1989) dalam (Suwena dan Widyatmaja 2017:39). Keragaman karakteristik dan latar belakang wisatawan mempengaruhi keragaman keinginan dan kebutuhan wisatawan akan suatu produk wisata. Pengelompokan wisatawan dapat memberi informasi mengenai alasan setiap kelompok mengunjungi objek wisata yang berbeda, berapa besar ukuran kelompok tersebut, pola pengeluaran setiap kelompok, kesetiiaannya terhadap suatu produk wisata tertentu, sensitivitas mereka terhadap

perubahan harga produk wisata, serta respon kelompok terhadap berbagai bentuk iklan produk wisata. Karakteristik psikografis dapat dilihat dari sumber penghasilan wisatawan. Hal ini berpengaruh dalam pemilihan perjalanan wisata.

3. Karakteristik Geografis

Karakteristik geografis membagi wisatawan berdasarkan lokasi tempat tinggalnya. Biasanya dibedakan menjadi desa, kota, provinsi, dan negara asal. Pembagian ini dikelompokkan berdasarkan ukuran kota tempat tinggal (kota kecil, menengah, besar/metropolitan), kepadatan penduduk di kota tersebut, dan lain-lain (Ismayanti, 2020:112).

2.1.3.3 Motivasi Wisatawan

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan *trigger* dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini seringkali tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri Sharpley dan Wahab dalam (Pitana dan Gayatri, 2005:58).

Motivasi sering diartikan sebagai sebuah energi yang mendorong seseorang untuk mencapai kepuasannya tersebut. Ada dua hal utama yang dipahami dari pengertian tersebut. Pertama, motivasi timbul sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang. Kedua, motivasi akan menyebabkan terjadinya sebuah perjalanan wisata ketika seseorang menemukan dan menentukan tujuan ke mana seseorang tersebut harus memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Suwena dan Widyatmaja, 2017:61).

Menurut (Murphy,1985) dalam (Suwena dan Widyatmaja, 2017:66). motivasi perjalanan wisata dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yaitu:

a. Motivasi Fisik

Motivasi fisik berhubungan dengan hasrat untuk mengembalikan kondisi fisik, beristirahat, berolah raga, dan pemeliharaan kesehatan agar

kegairahan bekerja timbul kembali. Motivasi ini dilandasi kebutuhan untuk memperbaiki kondisi fisik dengan berwisata, bersantai, dan bersenang-senang. Motivasi ini berhubungan dengan segala kegiatan yang berfungsi mengurangi segala ketegangan.

b. Motivasi Budaya

Motivasi budaya erat hubungannya dengan keinginan pribadi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata agar dapat melihat dan mengetahui budaya daerah lain, keadaan penduduk, tata cara hidup, kesenian, serta adat istiadat yang berbeda dengan daerah lainnya. Motivasi ini ada karena keinginan untuk melihat, mengetahui lebih banyak hal tentang budaya daerah lain. Motivasi ini bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan potensi budaya suatu daerah.

c. Motivasi Status dan Gengsi

Motivasi status dan gengsi didorong oleh keinginan seseorang untuk memperlihatkan siapa dia, kedudukannya, dan statusnya dalam masyarakat tertentu demi status dan gengsi pribadinya. Jadi, sifat perjalanan di sini sangat emosional dan adakalanya dihubungkan dengan perjalanan bisnis, dinas, pendidikan, profesi, hobi, dan lain-lain. Motivasi ini bertujuan agar seseorang tersebut dihargai, dihormati, dan dikagumi dalam rangka memenuhi ambisi pribadinya.

d. Motivasi Sosial atau Personal

Motivasi sosial atau personal didorong oleh keinginan seseorang untuk mengunjungi keluarga, kawan-kawan, dan ingin menghindarkan diri dari lingkungan kerja, ingin mencari teman baru, dan lain-lain. Secara singkat, motivasi ini erat hubungannya dengan keinginan untuk melarikan diri dari kesibukan sehari-hari. Tujuan dari motivasi ini adalah bersosialisasi dan mendapatkan pengalaman baru.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian mengenai analisis karakteristik dan motivasi wisatawan dalam wisata minat khusus pendakian gunung ini telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan kajian dan fokus penelitian yang berbeda. Beberapa

penelitian yang relevan dengan penelitian ini terdapat pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian yang Relevan

Ket	Penelitian Danang Eko Priyono (2014)	Penelitian Fina Dwi Indriani (2016)	Penelitian Rieke Nabila (2019)	Penelitian Densa Ramadhan (2022)
Judul	Analisis Karakteristik dan Motivasi Wisatawan di Kompleks Wisata Candi Ceto Kabupaten Karanganyar	Analisis Karakteristik dan Motivasi Wisatawan dalam Wisata Minat Khusus Pendakian Gunung Merapi	Analisis Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Terhadap Wisata Minat Khusus Pendakian Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan	Analisis Karakteristik dan Motivasi Wisatawan dalam Wisata Minat Khusus Pendakian Gunung Cikuray di Desa Sukahurip Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut
Rumusan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimanakah karakteristik wisatawan di komplek wisata candi ceto Kabupaten Karanganyar? 2. Apa saja yang mendorong motivasi wisatawan untuk mengunjungi komplek wisata candi ceto di Kabupaten Karanganyar? 3. Bagaimana hubungan antara karakteristik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan apa saja yang dilakukan wisatawan saat mendaki Gunung Merapi? 2. Bagaimanakah karakteristik wisatawan yang berkunjung ke wisata minat khusus pendakian Gunung Merapi? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimanakah karakteristik wisatawan minat khusus melakukan pendakian di gunung Dempo Pagar Alam? 2. Apa yang menjadi motivasi wisatawan minat khusus melakukan pendakian di gunung Dempo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimanakah karakteristik wisatawan dalam wisata minat khusus pendakian Gunung Cikuray di Desa Sukahurip kecamatan Cigedug Kabupaten Garut ? 2. Apa sajakah motivasi wisatawan dalam wisata minat khusus pendakian Gunung Cikuray di

	dan motivasi wisatawan di kompleks wisata candi ceto ? 4. Bagaimana jenis pengembangan kompleks wisata candi ceto berdasarkan karakteristik dan motivasi wisatawan lokasi wisata candi ceto?	3. Apa motivasi wisatawan berkunjung ke wisata minat khusus pendakian Gunung Merapi?	Pagar Alam?	Desa Sukahurip Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut?
Metode Penelitian	Metode analisis deskriptif kuantitatif	Metode Kuantitatif	Metode Deskriptif Kuantitatif dengan teknik analisis interpretasi Skor	Metode Deskriptif kuantitatif

Sumber: Data Penelitian 2022

Adapun perbedaan dan persamaan antara keempat penelitian yang tersaji pada Tabel 2.1 dengan penelitian yang dilakukan adalah:

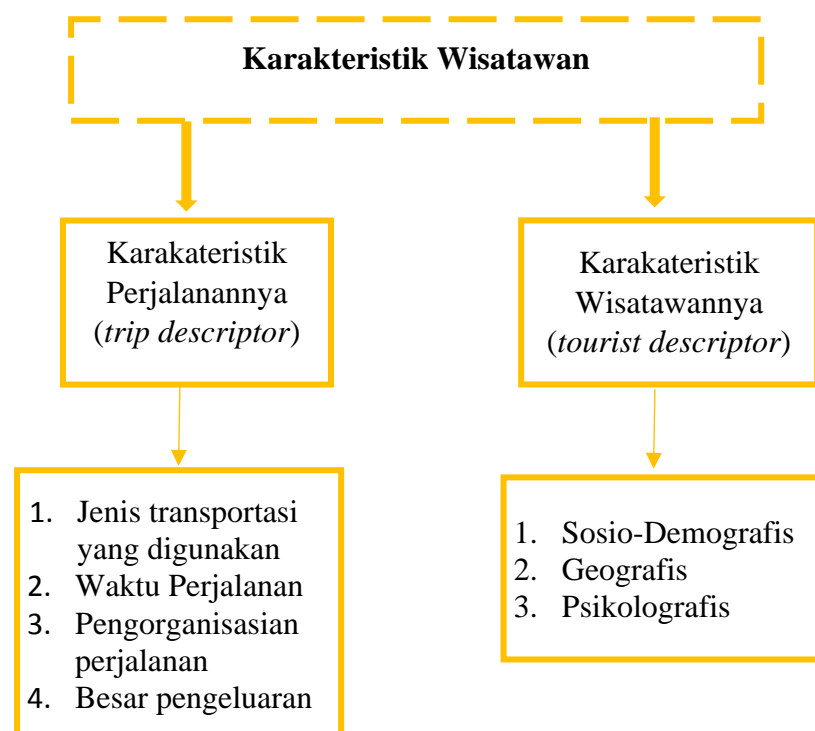
1. Penelitian yang dilakukan oleh Fina dwi Indriani meneliti mengenai karakteristik dan motivasi wisatawan minat khusus lokasinya di Gunung Merapi dan adanya rumusan masalah terkait apa saja yang di lakukan wisatawan, lalu penelitian yang dilakukan oleh Rieke Nabila meneliti mengenai karakteristik dan motivasi wisatawan minat khusus dengan lokasi di Gunung Dempo, dan mengenai karakteristik dan motivasi wisatawan serta keterkaitan antar keduanya sebagai dasar pengembangan kompleks wisata candi ceto. Sedangkan dalam penelitian ini meneliti karakteristik dan motivasi wisatawan minat khusus pada pendakian Gunung Cikuray dengan sudut pandang Geografi.
2. Persamaan dari keempat penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama mengkaji mengenai karakteristik

dan motivasi wisatawan dan metode yang digunakannya metode deskriptif kuantitatif.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dan juga tujuan penelitian ini dengan didukung pula kajian teoritis serta tinjauan dari penelitian yang relevan, maka secara sistematis kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

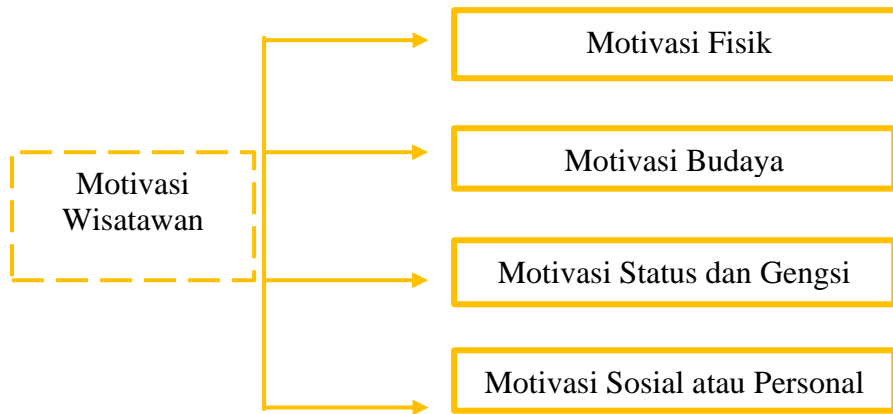
1. Karakteristik wisatawan dalam melakukan minat khusus pendakian Gunung Cikuray di Desa Sukahurip Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut.



Sumber: Penulis, 2022

Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual 1

2. Motivasi wisatawan dalam melakukan wisata minat pendakian Gunung Cikuray di Desa Sukahurip Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut.



Sumber: Penulis, 2022

Gambar 2. 2
Kerangka Konseptual 2

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut (Sugiyono, 2018:63) adalah pernyataan atau jawaban sementara terhadap rumusan penelitian yang dikemukakan. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka teori yang telah dikemukakan, maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

1. Karakteristik wisatawan dalam wisata minat khusus pendakian Gunung Cikuray di Desa Sukahurip Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut dianalisis berdasarkan karakteristik wisatawannya (*tourist descriptor*) dan karakteristik perjalanannya (*trip descriptor*).
2. Motivasi wisatawan dalam wisata minat khusus pendakian Gunung Cikuray di Desa Sukahurip Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut adalah motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi status dan gengsi, dan motivasi sosial atau personal.