

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Geografi Pariwisata

Geografi Pariwisata merupakan cabang dari ilmu geografi yang mengkaji berbagai hal yang terkait dengan aktivitas perjalanan wisata mencakup karakteristik destinasi (objek) wisata, aktivitas dan berbagai fasilitas wisata serta aspek lain yang mendukung kegiatan pariwisata di suatu wilayah (Arjana, 2015). Geografi pariwisata adalah studi terapan dari konsep-konsep, teori-teori, dan pendekatan-pendekatan geografi terhadap aspek-aspek pariwisata pada wilayah permukaan bumi, terdapat 6 (enam) wilayah topik yang menyusun komponen geografi pariwisata yaitu diantaranya, Pola keruangan penawaran (*spatial patterns of supply*), pola keruangan permintaan (*spatial patterns of demand*), Geografi tempat-tempat wisata (*the geography of resort*), Geografi dan aliran wisatawan (*tourist movement and flows*), dampak pariwisata (*the impact of tourism*), model-model keruangan pariwisata (*models tourism space*). Geografi pariwisata ialah studi terapan dari konsep, teori dan pendekatan geografi terhadap aspek-aspek pariwisata pada wilayah permukaan bumi (Pramono & Ashari, 2015).

2.1.2 Pariwisata

a) Definisi Pariwisata

Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa Sansakerta yang terdiri dari dua kata yakni pari dan wisata. Pari merujuk pada “banyak” atau berkeliling, sedangkan wisata berarti “pergi atau berpergian”. Maka atas dasar tersebut, kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain (Suwena & Widyatmaja, 2017).

Pariwisata ialah suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk sementara waktu, yang dilakukan dari tempat satu ke tempat yang lain dengan maksud dengan bukan untuk bekerja atau berusaha tetapi untuk bertamasya, bersenang-senang mencari pengalaman serta dan menambah wawasan dalam pengetahuan serta untuk memenuhi

kepuasan dan keinginan yang beraneka ragam. Sedangkan menurut Devy (2017) pariwisata merupakan suatu keseluruhan elemen-elemen terkait yang di dalamnya terdiri dari wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain sebagainya yang merupakan kegiatan pariwisata. Menurut Suwena & Widyatmaja (2017) dalam pengertian pariwisata terdapat beberapa faktor penting yaitu:

- 1) Perjalanan dilakukan untuk sementara waktu
- 2) Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain
- 3) Perjalanan itu walau apapun bentuknya harus selalu dikaitkan dengan pertamasyaan atau rekreasi
- 4) Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya dan semata-mata sebagai konsumen di tempat tersebut.

b) Jenis Pariwisata

Menurut Putranto (2016) ada motif wisatawan mengunjungi suatu tempat yang diklasifikasikan berdasarkan jenis-jenis pariwisata yang adalah sebagai berikut:

- 1) Wisata Budaya yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan atas keinginan memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain untuk mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni mereka.
- 2) Wisata Bahari yaitu jenis wisata dengan kegiatan yang ditunjang oleh sarana dan prasarana di suatu badan air seperti di danau, pantai, laut, sungai. Kegiatan yang biasanya dilakukan adalah olahraga air berupa berlayar, menyelam, berselancar, memancing, mendayung, ataupun kegiatan menikmati keindahan alam di danau, pantai, maupun kehidupan bawah laut.
- 3) Wisata Cagar Alam yaitu wisata dengan tujuan perjalanan ke tempat-tempat yang telah dilindungi oleh undang-undang seperti daerah cagar alam, taman margasatwa, hutan lindung. Wisata ini dilakukan dalam

kaitannya dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara, keajaiban kehidupan liar hewan maupun tumbuhan.

- 4) Wisata Agrowisata yaitu wisata dengan tujuan perjalanan ke tempat proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya, dimana wisatawan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk studi maupun melihat-lihat sekeliling sambil menikmati segarnya tanaman beranekaragam warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur mayur dan palawija di lokasi yang dikunjungi.
- 5) Wisata Buru yaitu jenis wisata yang dilakukan pada daerah-daerah yang telah disetujui oleh pemerintah sebagai tempat berburu hewan liar. Biasanya dilakukan pada musim tertentu dan jangka waktu yang terbatas sehingga tidak mengganggu keseimbangan ekosistem maupun lingkungan.
- 6) Wisata Ziarah yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan agama, sejarah dan adat istiadat. Biasanya dilakukan ke tempat-tempat suci, makam orang besar atau pemimpin besar, wali, atau tempat-tempat keramat lainnya.
- 7) Wisata lainnya berupa jenis wisata lainnya yang sesuai perkembangan industri pariwisata seperti wisata kuliner, museum, konvensi ataupun wisata belanja dan lain lain.

c) Syarat-syarat Pariwisata

Suatu objek wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya. Syarat pariwisata menurut Maryani dalam Fitriana & Sarmadi (2019) ada beberapa syarat-syarat pariwisata yaitu:

1) *What to see*

Ditempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain. Dengan kata lain daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan “*entertainment*” bagi wisatawan. *What to see* meliputi pemandangan alam, kegiatan, kesenian, dan atraksi wisata.

2) *What to do*

Tempat atau lokasi wisata tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama ditempat itu.

3) *What to buy*

Tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk di bawa pulang ke tempat asal.

4) *What to arrived*

Di dalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi daya tarik wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan dan berapa lama tiba ke tempat tujuan wisata tersebut.

5) *What to stay*

Bagaimana dan dimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur. Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel/penginapan.

d) Unsur-unsur Pariwisata

Unsur-unsur pariwisata menurut Pendit (1994) dalam Hakim & Nugroho (2018) unsur-unsur yang terlibat dalam industri pariwisata meliputi hal-hal berikut:

- 1) Akomodasi, tempat seseorang untuk tinggal sementara;
- 2) Jasa boga dan restoran, industri jasa dibidang penyelenggaraan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial;
- 3) Transportasi dan jasa angkutan, industri dan jasa yang bergerak dibidang angkutan darat, laut, maupun udara;
- 4) Atraksi wisata, kegiatan wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan atau pengunjung;
- 5) Cinderamata (*souvenir*), benda yang dijadikan kenang-kenangan untuk dibawa oleh wisatawan pada saat kembali ke tempat asal;
- 6) Biro perjalanan, badan usaha pelayanan semua proses perjalanan dari berangkat hingga kembali.

2.1.3 Sapta Pesona

Sapta pesona mulai digunakan dan dikampanyekan sebagai kondisi yang harus diwujudkan di setiap objek dan daya tarik wisata di Indonesia. Putra (2013)

berpendapat bahwa “Sapta pesona adalah sebuah konsep yang menggambarkan kepedulian mengenai pariwisata yang terkait dengan dukungan serta peran masyarakat dan bertujuan untuk menciptakan lingkungan dan suasana yang kondusif untuk mendorong tumbuh kembangnya industri pariwisata melalui keamanan, ketertiban dan kebersihan”. Program Sapta Pesona yang telah dirancang oleh Pemerintah Indonesia pada tahun 1989 dengan Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor: KM.5/UM.209/MPPT-89 mengenai Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona sebagai payung tindakan, unsur-unsurnya terdiri dari:

a. Aman

Keadaan lingkungan pada destinasi yang memberikan rasa aman, nyaman dan tidak cemas dari perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan ataupun pada saat wisatawan tersebut melakukan kegiatan wisata.

b. Tertib

Destinasi wisata mempunyai peraturan kedisiplinan yang tinggi dalam menjaga dan melayani wisatawan yang datang berkunjung.

c. Bersih

Destinasi wisata memberikan lingkungan dan pelayanan yang bersih untuk menumbuhkan kenyamanan dan keamanan wisatawan yang berkunjung.

d. Sejuk

Destinasi menciptakan keadaan sejuk untuk wisatawan yang melakukan kegiatan di tempat wisata.

e. Indah

Destinasi wisata memiliki keindahan dan membuat kagum wisatawan dan juga mampu memberikan kenangan di setiap kegiatannya.

f. Ramah Tamah

Lingkungan wisata menciptakan suasana keakraban, keterbukaan dan penyambutan yang hangat terhadap wisatawan yang datang ke destinasi wisata dan akan membuat pengunjung merasa nyaman.

g. Kenangan

Destinasi wisata yang dapat memberikan pengalaman yang berkesan dan

membekas kepada wisatawan yang bertujuan untuk memberikan kesan yang indah kepada wisatawan saat berwisata.

2.1.4 Daya Tarik Wisata

Dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata disebutkan bahwa “Daya tarik wisata diartikan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan”. Penjelasan mengenai jenis-jenis daya tarik wisata tertuang di dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, yaitu sebagai berikut:

1. Daya Tarik Wisata Alam

- 1) Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah perairan laut, yang berupa antara lain (a) bentang pesisir pantai, seperti: Pantai Kuta, Pantai Pangandaran, Pantai Pelabuhan Ratu dan sebagainya; (b) bentang laut, baik perairan di sekitar pesisir pantai maupun lepas pantai yang menjangkau jarak tertentu yang memiliki potensi bahari, seperti perairan laut Kepulauan Seribu, perairan laut Wakatobi, taman laut dan gugusan pulau-pulau kecil Raja Ampat, Atol Pulau Kakaban, dan sebagainya.
- 2) Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah daratan, yang berupa antara lain (a) Pegunungan dan hutan alam/taman nasional/taman wisata alam/taman hutan raya, seperti Taman Nasional Gunung Rinjani, Taman Nasional Komodo Taman Nasional Bromo – Tengger – Semeru, dan sebagainya; (b) perairan sungai dan danau, seperti danau Toba, Danau Maninjau, Danau Sentani, Sungai Musi, Sungai Mahakam, Situ Patenggang, dan sebagainya; (c) perkebunan, seperti agrowisata Gunung Mas, agro wisata Batu-Malang, dan sebagainya; (d) pertanian, seperti area persawahan Jatiluwih, area persawahan Ubud, dan sebagainya; dan (e) bentang alam khusus, seperti gua, karst, padang pasir, dan sejenisnya, seperti Gua Jatijajar, Gua Gong,

Karst Gunung Kidul, Karst Maros, gumuk pasir Barchan Parangkusumo, dan sebagainya.

2. Daya Tarik Wisata Budaya

Daya Tarik Wisata budaya adalah daya tarik wisata berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Daya tarik wisata budaya dapat dibedakan atas daya tarik yang bersifat berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*). Daya tarik wisata budaya yang bersifat berwujud antara lain berupa:

- 1) Cagar budaya, yang terdiri dari
 - a) Benda cagar budaya, yaitu benda alam dan/atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya, atau sisa-sisanya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia, seperti angklung, keris, gamelan, dan sebagainya;
 - b) Bangunan cagar budaya, yaitu susunan binaan yang terbuat dari benda alam atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang berdinding dan/atau tidak berdinding, dan beratap;
 - c) Struktur cagar budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam dan/atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang kegiatan yang menyatu dengan alam, sarana, dan prasarana untuk menampung kebutuhan manusia;
 - d) Situs cagar budaya adalah lokasi yang berada di darat dan/atau di air yang mengandung benda cagar budaya, bangunan cagar budaya, dan/atau struktur cagar budaya sebagai hasil kegiatan manusia atau bukti kejadian pada masa lalu; dan
 - e) Kawasan cagar budaya adalah satuan ruang geografis yang memiliki 2 (dua) situs cagar budaya atau lebih yang letaknya berdekatan dan/atau memperlihatkan ciri tata ruang yang khas.
- 2) Perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas, seperti Kampung Naga, perkampungan Suku Badui, Desa Sade, Desa Penglipuran, dan sebagainya; dan
- 3) Museum, seperti Museum Nasional, Museum Bahari, dan sebagainya.

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

- 1) Kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktivitas budaya masyarakat yang khas di suatu area/tempat, seperti sekaten, karapan sapi, pasola, pemakaman Toraja, ngaben, pasar terapung, kuin, dan sebagainya.
 - 2) Kesenian, seperti : angklung, sasando, reog dan sebagainya
3. Daya Tarik Wisata Hasil Buatan Manusia

Daya tarik wisata hasil buatan manusia digolongkan sebagai daya tarik wisata khusus yang merupakan kreasi artifisial (*artificially created*) dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar ranah wisata alam dan wisata budaya. Daya Tarik Wisata hasil buatan manusia/khusus, selanjutnya dapat dijabarkan meliputi antara lain:

- 1) Fasilitas rekreasi dan hiburan atau taman bertema, yaitu fasilitas yang berhubungan dengan motivasi untuk rekreasi, hiburan (*entertainment*) maupun penyaluran hobi, seperti taman bertema (*theme park*)/taman hiburan (kawasan Trans Studio, Taman Impian Jaya Ancol, Taman Mini Indonesia Indah);
- 2) Fasilitas peristirahatan terpadu (*integrated resort*), yaitu kawasan peristirahatan dengan komponen pendukungnya yang membentuk kawasan terpadu, seperti Kawasan Nusa Dua Resort, Kawasan Tanjung Lesung, dan sebagainya; dan
- 3) Fasilitas rekreasi dan olahraga, seperti kawasan rekreasi dan olahraga Senayan, kawasan padang golf, dan area sirkuit olahraga.

2.1.5 Strategi Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata diperlukan adanya strategi untuk mencapai suatu hasil optimal yang diinginkan. Strategi diartikan sebagai pola tujuan, kebijakan program atau alokasi sumber daya yang dapat menentukan apakah sebuah organisasi melakukan itu. Sedangkan yang dimaksud dengan strategi pengembangan pariwisata ialah upaya yang dilakukan dengan tujuan memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu objek dan daya tarik wisata sehingga mampu menjadi mapan dan ramai untuk dikunjungi oleh

wisatawan serta mampu memberikan suatu manfaat baik bagi masyarakat sekitar lokasi wisata dan lebih lanjut menjadi pemasukan bagi pemerintah. Menurut Cooper et al., (2005) mengemukakan bahwa terdapat 4 komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, dikenal dengan 4A yaitu *attraction* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenity* (fasilitas atau akomodasi), dan *ancilliary* (pelayanan tambahan). Dalam penelitian ini strategi pengembangan pariwisata didasarkan pada komponen 4A yaitu sebagai berikut.

1) *Attraction* (atraksi)

Atraksi merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan pada suatu daerah, dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata. Dalam menemukan potensi kepariwisataan pada suatu daerah harus bertujuan kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Dengan adanya atraksi wisata dapat menjadi alasan juga motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata (DTW) sehingga dapat membuat wisatawan tinggal lebih lama atau bahkan wisatawan dapat berkunjung lagi pada kesempatan yang lain.

2) *Accessibility* (aksesibilitas)

Dalam kegiatan pariwisata, aksesibilitas seperti alat transportasi atau jasa transportasi merupakan hal yang sangat penting dalam menunjang kegiatan wisata. Akses ini berkaitan dengan kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah tidak memiliki aksesibilitas yang baik seperti jalan raya, bandara, pelabuhan dan lain sebagainya, maka akan menyulitkan para wisatawan yang akan berkunjung ke daerah tujuan wisata. Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata harus dilengkapi aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut mudah untuk dikunjungi.

3) *Amenity* (amenitas)

Amenity atau fasilitas ialah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang harus tersedia seperti: rumah makan, penginapan, tempat berkemah, transportasi, tempat rekreasi dan agen perjalanan. Adapun prasarana yang banyak dibutuhkan untuk pembangunan sarana-sarana pariwisata

diantaranya ialah jalan raya, toilet, persediaan air, tenaga listrik, dan tempat pembuangan sampah.

4) *Ancillary* (ansilari)

Ancillary ialah dukungan yang disediakan oleh organisasi, pemerintah daerah, kelompok atau pengelola destinasi wisata untuk menyelenggarakan kegiatan wisata. Dukungan yang disediakan termasuk pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik dan lain-lain), jasa pelayanan seperti jasa kebutuhan sehari-hari (penjual makanan dan minuman atau jajanan) jasa-jasa perdagangan (pramuniaga, tukang-tukang atau jasa pelayanan lain), kemudian jasa untuk kenyamanan dan kesenangan (toko oleh-oleh atau tempat souvenir) selanjutnya jasa yang menyangkut keamanan dan keselamatan (apotik, klinik, polisi dan pemadam kebakaran). *Ancillary* juga merupakan hal-hal yang mendukung kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan, *tourism information*, *travel agent*, dan stakeholder yang berperan dalam kepariwisataan.

Strategi pengembangan pariwisata menurut Ashor et al, (2021) diantaranya ialah:

- a. Pengembangan objek wisata, penyediaan sarana dan prasarana sangat diperlukan agar dapat bersaing dengan objek wisata lainnya. Penyediaan akomodasi yang menarik menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pengembangan wisata. Kurangnya akomodasi yang tersedia dapat menjadi alasan berkurangnya kunjungan wisatawan.
- b. Promosi wisata, adanya promosi wisata dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata yang ada.
- c. Pembuatan rencana jangka panjang maupun jangka panjang mengenai destinasi wisata, rencana ini dibutuhkan untuk melihat bagaimana pengembangan wisata berhubungan dengan parameter ekonomi, lingkungan dan sosial budaya yang ada.
- d. Pelaksanaan prinsip pembangunan berkelanjutan, sektor pariwisata ini seharusnya dilaksanakan dengan tetap mengedepankan pembangunan berkelanjutan khususnya perencanaan strategis yang melibatkan pemerintah sebagai stakeholder yang diintegrasikan kedalam perencanaan destinasi pariwisata lokal.

Pendapat lain mengenai strategi objek wisata dikemukakan juga oleh Indonesiani (2015) bahwa strategi pengembangan objek wisata ada beberapa hal yaitu sebagai berikut:

a. Strategi pengembangan fasilitas wisata

Strategi pengembangan fasilitas wisata merupakan suatu usaha untuk meningkatkan sarana dan prasarana pada suatu kawasan wisata yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

b. Strategi pengembangan infrastruktur

Strategi pengembangan infrastruktur merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk melakukan perubahan pembangunan sarana dan prasarana pada kawasan wisata untuk menunjang kegiatan wisata yang ada serta menarik wisatawan yang ada.

c. Strategi pengembangan SDM

Strategi pengembangan SDM adalah suatu upaya yang harus dilaksanakan oleh suatu instansi ataupun perusahaan dalam membentuk kemampuan dan keterampilan yang dimiliki setiap anggotanya.

d. Strategi pengembangan pengelolaan lingkungan

Strategi pengembangan pengelolaan lingkungan adalah upaya yang dilakukan untuk menjaga kelestarian dan keberlangsungan lingkungan pada kawasan wisata.

e. Strategi pengembangan pasar dan pemasaran

Strategi pengembangan pasar dan pemasaran merupakan suatu cara untuk menarik wisatawan sebanyak mungkin dengan menawarkan produk yang baru sedangkan pemasaran yaitu usaha yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan dari hasil produk.

f. Strategi pengembangan kelembagaan

Strategi pengembangan kelembagaan merupakan usaha atau cara yang dilakukan pemerintah dalam melakukan pembaharuan untuk wisata yang akan dibangun dan dikelolanya.

Dalam penelitiannya Kanom (2015) menyebutkan bahwa strategi pengembangan objek wisata adalah suatu rencana yang terpadu berisifat

menyeluruh, mewakili bidang keilmuan dari unsur pemerintah, akademis, masyarakat, maupun swasta untuk menganalisis berbagai kendala, kondisi lingkungan internal maupun eksternal suatu objek wisata, sehingga menjadikan suatu objek wisata yang berkelanjutan. Pengembangan pariwisata memerlukan adanya peningkatan dengan mengembangkan pengetahuan mencakup pendidikan tenaga kerja, dan pengembangan fisik objek wisata. Kedua hal tersebut saling berhubungan, oleh karena itu pengembangannya harus tepat dan terarah, dengan demikian pengembangan tersebut menjadi realistis dan proporsional. Peran masyarakat dan pemerintah regional sangat berpengaruh terhadap pengembangan suatu objek wisata. Pengembangan objek wisata seluruhnya terbentuk atas dasar ide kreatif dan inovatif yang dimiliki oleh pengelola yang memajemen objek wisata, serta terdapat dukungan yang aktif dari pemerintah, masyarakat ataupun pihak swasta sehingga pengembangan objek wisata dapat berjalan dengan baik.

Strategi pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap. Langkah pokok dalam strategi pengembangan kepariwisataan menurut Suwantoro (2004) adalah sebagai berikut:

- a. Dalam jangka pendek menitikberatkan pada optimasi terutama untuk mempertajam dan memantapkan citra kepariwisataan, meningkatkan mutu tenaga kerja, meningkatkan mutu pengelolaan, memanfaatkan produk yang ada, memperbesar saham dari pasar pariwisata yang telah ada.
- b. Dalam jangka menengah menitikberatkan pada konsolidasi, terutama dalam memantapkan cara kepariwisataan Indonesia, mengkonsolidasikan kemampuan pengelolaan, mengembangkan dan diversifikasi produk, mengembangkan jumlah dan mutu tenaga kerja
- c. Dalam jangka panjang menitikberatkan pada pengembangan dan penyebaran dalam pengembangan kemampuan pengelolaan, pengembangan dan penyebaran produk dan pelayanan, pengembangan pasar pariwisata baru, pengembangan mutu dan jumlah tenaga kerja. Pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan membuat kebijakan pemerintah.

2.1.6 Tahap Pengembangan Pariwisata

Pada dasarnya dalam pengembangan pariwisata selalu mengikuti siklus hidup pariwisata sehingga dapat menentukan posisi pariwisata yang akan dikembangkan. Menurut Tapatfeto et al. (2018) tahapan tersebut terdiri dari:

1. Tahap Eksplorasi (*exploration*) yang berkaitan dengan penemuan (*discovery*) merupakan suatu tempat sebagai potensi wisata baru yang ditemukan oleh wisatawan, pelaku pariwisata, maupun pemerintah. Biasanya jumlah kunjungan sedikit wisatawan tertadik pada daerah yang sepi dan belum tercemar, lokasi sulit dijangkau tetapi diminati oleh sejumlah kecil wisatawan yang berminat karena belum ramai dikunjungi.
2. Tahap Keterlibatan (*involvement*) yang diikuti oleh kontrol lokal biasanya oleh masyarakat lokal. Pada tahap ini terdapat inisiatif dari masyarakat lokal, objek wisata mulai dipromosikan oleh wisatawan, jumlah wisatawan meningkat dan mulai dibangunnya infrastruktur.
3. Tahap Pengembangan (*development*) dengan adanya kontrol lokal akan dapat menunjukkan kenaikan jumlah kunjungan wisatawan secara meningkat. Pengendalian yang dilakukan oleh lembaga lokal yang susah membuahkan hasil, masuknya industri wisata dari luar dan popularitas kawasan wisata ini mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan sosial budaya sehingga diperlukan adanya campur tangan penguasa maupun nasional
4. Tahap Konsolidasi (*consolidation*) ditunjukan oleh penurunan tingkat pertumbuhan kunjungan wisatawan. Kawasan wisata dipenuhi oleh berbagai industri pariwisata berupa berbagai atraksi wisata dan hiburan
5. Tahap Kestabilan (*stagnation*) jumlah wisatawan tertinggi telah tercapai dan kawasan mulai ditinggalkan karena sudah tidak menarik lagi, kunjungan ulang dan para pebisnis memanfaatkan fasilitas yang ada. Pada tahapan ini terdapat upaya untuk menjaga jumlah wisatawan secara intensif dilakukan oleh industri pariwisata dan kawasan ini kemungkinan besar mengalami masalah besar terkait lingkungan alam maupun sosial budaya.
6. Tahap Penurunan Kualitas (*decline*) pada tahap ini hampir semua wisatawan telah mengalihkan kunjungannya ke daerah tujuan wisata lain. Kawasan ini

telah menjadi objek wisata kecil yang jarang dikunjungi. Beberapa fasilitas pariwisata telah diubah bentuk dan fungsinya menjadi tujuan lain. Dengan demikian diperlukan upaya pemerintah untuk meremajakan kembali.

7. Tahap Peremajaan Kembali (*rejuvenate*) pada tahap ini perlu dilakukan pertimbangan mengubah pemanfaatan kawasan wisata menjadi pasar baru, memperbaharui pemasaran, mereposisi atraksi wisata kebentuk lain. Oleh karena itu dibutuhkan modal baru atau kerja sama antara pemerintah dengan pihak swasta.

Dari setiap tahap perkembangan pariwisata tentunya perlu mempertimbangkan faktor pendukung maupun faktor penghambat proses pengembangan pariwisata sehingga dengan mudah menetapkan program perkembangan disuatu daerah maupun negara yang potensial dikembangkan.

2.1.7 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perkembangan Pariwisata

Perkembangan pariwisata dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Menurut Suwantoro (1997) unsur pokok yang harus mendapatkan perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata meliputi:

1. Objek dan daya tarik wisata

Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik suatu objek wisata pada umumnya berdasarkan pada:

- 1) Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya
- 2) Adanya spesifikasi atau ciri khusus yang bersifat langka
- 3) Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani wisatawan
- 4) Objek wisata alam memiliki daya tarik tinggi (pegunungan, sungai, pantai, hutan dan lain-lain)
- 5) Objek wisata budaya memiliki daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.

2. Prasarana Wisata

Prasana wisata ialah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalannya di daerah tujuan wisatanya

3. Sarana Wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam perjalannya di daerah tujuan wisata.

4. Tata Laksana atau Infrastruktur

Tata laksana merupakan situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik sistem pengaturan maupun bangunan fisik diatas dan dibawah permukaan tanah.

5. Masyarakat dan Lingkungan

Peran serta masyarakat dalam pengembangan pariwisata berarti masyarakat mengetahui dan menyadari apa yang dikerjakan dan juga masalah-masalah yang dihadapi untuk membangun pariwisata nasional sehingga turut membantu pemerintah dalam menunjang pembangunan pariwisata.

Gamal Suwanto menyebutkan bahwa “Pengembangan adalah memajukan dan memperbaiki atau meningkatkan sesuatu yang telah ada bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap”. Menurut Gamal Suwanto (1997) Sapta kebijaksanaan pengembangan pariwisata didalam bukunya yaitu:

- 1) Promosi
- 2) Aksesibilitas
- 3) Kawasan pariwisata
- 4) Wisata bahari
- 5) Produk wisata
- 6) Sumber daya manusia
- 7) Kampanye nasional sadar wisata

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan digunakan melalui referensi skripsi dan jurnal penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan dianggap relevan.

Tabel 2. 1
Penelitian yang relevan

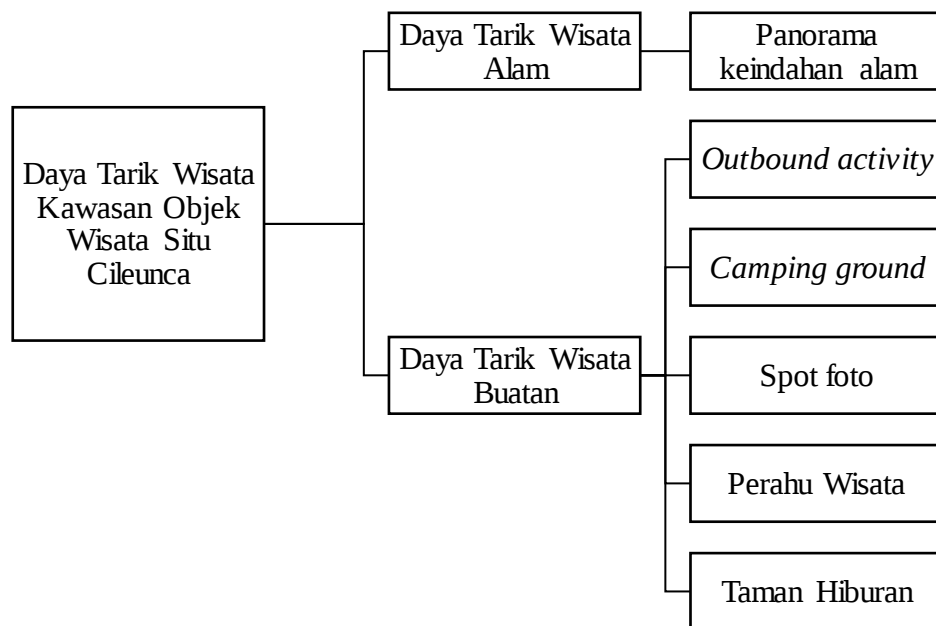
Ayensi Mokoginta (2021)	
Judul	Strategi Pengembangan Potensi Obyek Wisata Pulau Sanrobengi Kabupaten Takalar
Instansi	Universitas Bosowa Makassar
Rumusan Masalah	1. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi pengembangan potensi obyek wisata Pulau Sanrobengi Kabupaten Takalar? 2. Bagaimana strategi pengembangan potensi obyek wisata Pulau Sanrobengi Kabupaten Takalar?
Zul Diantara (2021)	
Judul	Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Tiuteja sebagai Daerah Tujuan Wisata Alam di Desa Santong Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara
Instansi	Universitas Islam Negeri Mataram
Rumusan Masalah	1. Bagaimana strategi pengembangan wisata alam Air Terjun Tiuteja di Desa Santong Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara? 2. Apa sajakah faktor penghambat pengembangan wisata Air Terjun Tiuteja di Desa Santong Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara?
Dhea Puspita Arum (2023)	
Judul	Strategi Pengembangan Objek Wisata Kota Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi
Instansi	Universitas Siliwangi
Rumusan Masalah	1. Potensi apa sajakah yang terdapat di objek wisata Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi? 2. Bagaimana strategi pengembangan Objek Wisata Kota Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi?

Sumber: Hasil Studi Pustaka (2024)

2.3 Kerangka Konseptual

a. Kerangka Konseptual I

Berdasarkan rumusan masalah yang pertama daya tarik yang dimiliki kawasan objek wisata Situ Cileunca di Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung adalah sebagai berikut:

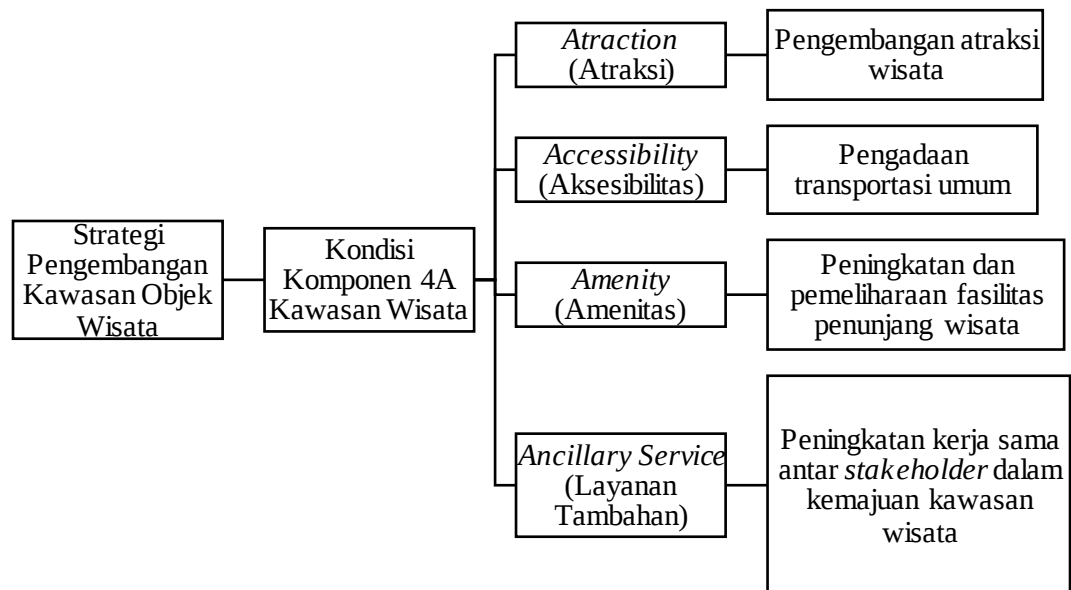


Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual I

Daya tarik wisata yang dimiliki oleh kawasan objek wisata Situ Cileunca di Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung diantaranya adalah daya tarik wisata alam yaitu panorama keindahan alam; dan daya tarik wisata buatan yang terdiri dari *outbound activity*, *camping ground*, spot foto, perahu wisata, taman hiburan.

b. Kerangka Konseptual II

Berdasarkan rumusan masalah yang kedua bagaimana strategi pengembangan kawasan objek wisata Situ Cileunca di Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung sebagai berikut:



Gambar 2. 2
Kerangka Konseptual II

Strategi pengembangan kawasan objek wisata Situ Cileunca di Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung berdasarkan komponen kepariwisataan 4A yaitu *Atrraction* (pengembangan atraksi wisata), *Accessibility* (pengadaan transportasi umum), *Amenity* (peningkatan dan pemeliharaan fasilitas penunjang wisata), *Ancillary* (peningkatan kerja sama antar *stakeholder* dalam kemajuan kawasan wisata).

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti terhadap rumusan masalah penelitian. Dengan kata lain, hipotesis merupakan dugaan sementara terkait asumsi-asumsi mengenai penjelasan jawaban secara singkat. Berdasarkan permasalahan yang sudah disusun penelitian menarik hipotesis sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata yang dimiliki oleh kawasan objek wisata Situ Cileunca di Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung diantaranya adalah daya tarik wisata alam yaitu panorama keindahan alam; dan daya tarik wisata buatan yang terdiri dari *outbound activity*, *camping ground*, spot foto, perahu wisata, taman hiburan.
2. Strategi pengembangan kawasan objek wisata Situ Cileunca di Desa Warnasari Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung berdasarkan komponen kepariwisataan 4A yaitu *Attraction* (pengembangan atraksi wisata), *Accessibility* (pengadaan transportasi umum), *Amenity* (peningkatan dan pemeliharaan fasilitas penunjang wisata), *Ancillary* (peningkatan kerja sama antar *stakeholder* dalam kemajuan kawasan wisata).