

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1. Geografi Pariwisata

Geografi merupakan bidang ilmu pengetahuan yang mempelajari bagaimana manusia berinteraksi dengan lingkungannya di permukaan bumi. Hubungan ini dikenal sebagai relasi (relation), dan mencakup semua hubungan, interaksi, dan ketergantungan antara manusia dan lingkungannya. Mulai dari zaman Herodotus pada abad-abad sebelum masehi (485-425 SM), pemikiran filosofis tentang bagaimana alam semesta dan kehidupannya berkembang bersamaan dengan perkembangan geografi. Saat ini, geografi telah berkembang dengan cepat sehingga dapat menjawab pertanyaan tentang what, where, why, when, dan how yang terjadi di permukaan bumi. Oleh karena itu, geografi memiliki lingkup yang lebih luas, baik sebagai sintesis, studi relasi keruangan gejala, ilmu tata guna lahan, atau sebagai bidang ilmu penelitian (Effendi, 2020). Pariwisata difokuskan pada kombinasi elemen fisik dengan elemen manusia untuk menciptakan daya tarik edukatif, imajinatif, atraktif, dan rekreatif. Jadi, dalam geografi pariwisata, lokasi, situasi, dan lokasi objek serta relasi antar manusia di satu wilayah dengan wilayah lainnya adalah ciri khasnya.

Hal ini menunjukkan betapa uniknya studi geografi (Handoyo, 2022). Geografi pariwisata adalah bidang ilmu geografi regional yang mengkaji secara menyeluruh suatu wilayah atau region di permukaan bumi, baik dari segi fisik geografis maupun dari segi manusia. Region adalah wilayah permukaan bumi yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat dibedakan dengan wilayah permukaan bumi yang lain (Harahap, 2022).

Berdasarkan pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa geografi pariwisata termasuk suatu studi yang mendeskripsikan dan menganalisis berbagai fenomena fisiogeografis (unsur-unsur lingkungan fisik) dan fenomena sosiogeografis (unsur-unsur lingkungan manusia atau sosial dan budaya) yang mempunyai keunikan, keindahan, nilai yang menarik untuk dikunjungi sehingga

dapat berkembang menjadi destinasi wisata.

2.1.2. Pariwisata

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Semua ini dapat meningkatkan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) dan meningkatkan pendapatan ekonomi bagi masyarakat, pengusaha, dan pemerintah (Rahma, 2020).

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah di tempat tersebut, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut untuk rekreasi, damai, atau untuk memenuhi berbagai keinginan. Menurut istilah, kata sansekerta "pariwisata" sebenarnya berarti "tourisme" (dalam bahasa Belanda) atau "tourism" (dalam bahasa Inggris) (Heliany, 2019).

Sinonim dengan kata "tour". Pendapat ini didasarkan pada gagasan bahwa kata "pari" dan "wisata" terdiri dari dua kata, yaitu "pari" dan "wisata" (Takome dkk., 2021). "Pari" berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap, dan "wisata" berarti perjalanan berpegian, yang dalam konteks ini sinonim dengan kata Inggris "*travel*".

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 pariwisata terdiri dari berbagai kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, perusahaan, pemerintah, dan pemerintah daerah. Tujuan pariwisata adalah:

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- b. Meningkatkan tingkat kesejahteraan sosial
- c. Mencegah kemiskinan
- d. Menyelesaikan masalah pengangguran
- e. Menjaga sumber daya, lingkungan, dan alam
- f. Meningkatkan budaya
- g. Meningkatkan citra negara
- h. Menumbuhkan rasa nasionalisme

- i. Meningkatkan identitas dan kemampuan negara
- j. Meningkatkan persahabatan antara negara

Melalui asumsi ini, kita dapat menyimpulkan bahwa dalam hal pemanfaatan ruang, ada hubungan antara geografi dan pariwisata.

2.1.3. Jenis-Jenis Pariwisata

Pariwisata dibagi menjadi beberapa jenis. Menurut (Setiawan Zunanet dkk., 2023), jenis-jenis pariwisata dibagi menjadi tiga perspektif berbeda, yaitu:

a. Berdasarkan Tujuan Perjalanan

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Jenis pariwisata ini biasanya dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya dengan tujuan untuk berlibur, mencari udara segar, memenuhi kehendakingintahunnya, mengendorkan ketegangan syaraf, melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan alam, mengetahui hikayat rakyat setempat dan mendapatkan ketenangan.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Pariwisata ini dilakukan dengan tujuan untuk memanfaatkan waktu libur dan dilakukan oleh orang-orang yang ingin beristirahat, memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, serta menyegarkan diri dari keletihan dan kelelahan. Dapat dilakukan pada tempat wisata yang menjamin tujuan-tujuan rekreasi yang memberikan kenikmatan yang diperlukan seperti Pantai, pegunungan, pusat-pusat peristirahatan, dan pusat-pusat kesehatan.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis pariwisata ini ditandai dengan adanya beberapa rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, mempelajari adat-istiadat, kelembagaan, dan cara hidup masyarakat yang berbeda-beda, mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan masa lalu, pusat-pusat kesenian, dan keagamaan, festival seni musik, teater tarian rakyat dan lain-lain.

4. Pariwisata untuk olahraga (*Sport Tourism*)

Jenis pariwisata ini dibagi menjadi dua kategori:

- a. *Big sport events*, merupakan olahraga besar seperti *Olympiade Games*, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia, yang menarik perhatian bagi penonton atau penggemarnya.
- b. *Sporting tourism of the Practitioners*, adalah pariwisata olahraga bagi mereka yang mempunyai tujuan ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, memancing, berburu, dan lain-lain.

5. Pariwisata untuk berdagang (*Business Tourism*)

Menurut para ahli teori, jenis pariwisata ini merupakan bentuk professional travel atau perjalanan karena memiliki kaitan dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada seseorang untuk memilih tujuan maupun waktu perjalanan.

a. Berdasarkan Tempat yang dikunjungi

1. Wisata Budaya

Wisata budaya merupakan wisata yang cenderung atau mengupayakan daya tarik wisata dari hasil seni dan budaya lokal, seperti adat istiadat, upacara keagamaan, kehidupan masyarakat, peninggalan sejarah, seni dan kerajinan masyarakat.

2. Wisata Maritim atau Bahari

Wisata bahari adalah jenis wisata alam yang berlangsung di daerah pesisir atau laut yang bertujuan untuk menikmati keindahan laut, baik di permukaan maupun di dalam laut.

3. Wisata Religi

Wisata religi merupakan perjalanan wisata yang dilakukan secara sukarela dan sementara ke tempat-tempat suci dengan tujuan untuk berdoa atau untuk mendapatkan pengalaman, memperdalam dan menghayati nilai-nilai keagamaan.

b. Berdasarkan Letak Geografis

1. Pariwisata Lokal

Pariwisata Lokal adalah jenis pariwisata setempat atau jenis pariwisata yang memiliki ruang lingkup relatif lebih sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu.

2. Pariwisata Regional

Pariwisata Regional merupakan jenis pariwisata yang lebih luas dibandingkan dengan jenis pariwisata lokal karena tidak terbatas pada administrasi satu daerah saja dan dapat berkembang dalam suatu wilayah tertentu.

3. Pariwisata Nasional

Pariwisata Nasional yaitu jenis pariwisata yang berkembang dalam wilayah suatu negara dan tidak hanya dikunjungi oleh wisatawan lokal, tetapi juga dikunjungi oleh wisatawan asing.

4. Pariwisata Internasional

Pariwisata Internasional adalah jenis pariwisata yang terdapat di seluruh negara di dunia. Jenis pariwisata ini melibatkan minimal dua negara atau antar benua di dunia.

2.1.4. Potensi Pariwisata

Potensi merupakan suatu kemampuan yang di dalamnya mempunyai kekuatan untuk dikembangkan melalui usaha-usaha terencana dan terprogram melalui strategi-strategi perencanaan yang tepat agar memperoleh hasil yang maksimal yang sesuai ditargetkan (Zulfa & Arif, 2020). Menurut Sukardi dalam (Rojabi, 2023) potensi wisata adalah segala bentuk daya tarik wisata yang berguna pada suatu daerah untuk dikembangkan menjadi industri pariwisata di daerah tersebut. Menurut (Indrianeu dkk., 2021) potensi wisata dibagi menjadi tiga macam yaitu sebagai berikut:

- a. Potensi alam merupakan suatu keadaan dan jenis flora fauna suatu daerah, bentang alam suatu daerah, seperti pantai, hutan, dan lain-lain.

- b. Potensi kebudayaan yaitu seluruh hasil cipta, rasa serta karsa manusia baik berbentuk adat istiadat, kerajinan tangan, kesenian dan peninggalan sejarah berupa bangunan atau monument.
- c. Potensi manusia adalah potensi yang digunakan sebagai daya tarik wisata, melalui pementasan tarian atau pertunjukann dan pementesan seni budayasuatu daerah.

Menurut Pearce dalam (Masrurun, 2020) menyebutkan bahwa ada beberapa indikator pengembangan potensi pariwisata, yaitu:

1. Kondisi fisis merupakan aspek fisis yang memiliki pengaruh terhadap pariwisata, berupa iklim, tanah batuan dan morfologi, hidrosfer, flora dan fauna.
2. Atraksi dan objek wisata. Atraksi wisata yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu, seperti kesenian daerah, upacara adat, tarian adat dan lain-lain. Objek wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang tertarik untuk berkunjung.
3. Aksesibilitas, yaitu berkaitan dengan usaha pencapaian tempat wisata. Semakin mudah tempat wisata tersebut dicapai maka akan menambah minat para wisatawan untuk berkunjung.
4. Pemilikan dan penggunaan lahan, yaitu variasi dalam pemi- likan dan penguasaan lahan dapat mempengaruhi lokasi tempat wisata, bentuk pengembangannya, dan terhadap arah pengembangannya. Bentuk penguasaan lahan antara lain: lahan negara atau pemerintah, lahan masyarakat dan lahan pribadi.
5. Sarana dan prasarana merupakan kemudahan wisatawan dalam mencapai objek wisata.
6. Masyarakat, yaitu peran pemerintah melalui instansi- instansi terkait yang menyelenggarakan dan memberikan penyuluhan kepada masyarakat dalam bentuk bina masyarakat sadar wisata, karena potensi objek wisata terjadi karena suatu proses, yang disebabkan oleh proses alam maupun karena disebabkan oleh budi daya manusia.

2.1.5. Syarat-Syarat Pariwisata

Suatu pariwisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi beberapa syarat untuk pengembangan daerahnya. Menurut Maryani dalam ((Febrianto dkk., 2021)) syarat-syarat tersebut diantaranya:

a. *What to See*

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

b. *What to Do*

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

c. *What to Buy*

Tempat tujuan wisata harus menyediakan fasilitas untuk berbelanja barang seperti souvenir, kerajinan rakyat, makan khas daerah sekitar sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal.

d. *What to Arrived*

Wisata tersebut didalamnya terdapat aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi daya tarik wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk tiba ke tempat tujuan wisata tersebut.

e. *What to Stay*

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

Menurut beberapa syarat yang telah disebutkan diatas, bahwa untuk menarik minat wisatawan, pariwisata harus memenuhi beberapa kriteria, seperti memiliki daya tarik khusus yang berbeda dari tempat lain, memiliki fasilitas rekreasi yang membuat wisatawan betah tinggal lama, menyediakan fasilitas berbelanja oleh-oleh khas daerah sekitar, terdapat aksesibilitas dan menyediakan penginapan untuk wisatawan menginap sementara selama berlibur.

2.1.6. Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut Paturisi dalam (Suniastha, 2019) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata adalah suatu strategi yang digunakan untuk memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi oleh wisatawan. Selain itu, mampu memberikan manfaat dan keuntungan bagi wisatawan, industri pariwisata (investor), pemerintah, dan masyarakat lokal di mana daerah tujuan wisata tersebut berada.

Menurut Cooper dalam (Rahmi dkk., 2022) menjelaskan bahwa strategi pengembangan pariwisata dapat dilihat dari empat aspek utama diantaranya:

a. *Attraction* atau Objek Daya Tarik Wisata (ODTW)

Atraksi adalah bagian yang sangat penting dalam menarik minat wisatawan. Komponen utama atraksi mencakup keunikan dan daya tarik wisatawan yang berbasis kebudayaan masyarakat setempat, keindahan dan keunikan alam serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan.

b. *Accessibility* (Mudah Dicapai)

Aksesibilitas pariwisata adalah sarana yang dapat memberikan kemudahan akses wisatawan dalam mengunjungi sebuah destinasi ataupun tujuan wisata. Adapun aksesibilitas wisata biasanya berupa petunjuk arah, transportasi menuju lokasi wisata dan perangkat lainnya.

c. *Amenities* (Fasilitas)

Amenities pariwisata yaitu fasilitas pariwisata untuk memenuhi akomodasi baik berupa tempat perbelanjaan, objek wisata, penyediaan tempat minuman dan makanan, tempat hiburan maupun tempat penginapan dan tempat parkir.

d. *Ancillary Service* (Organisasi Kepariwisataaan)

Ancillary service terdiri dari berbagai organisasi untuk melengkapi segala fasilitas guna mendukung terselenggaranya pengembangan pariwisata dalam bentuk kelembagaan sebagai salah satu institusional yang meliputi perencanaan sumber daya manusia, program strategi pemasaran atau promosi, program pendidikan dan pelatihan, aturan dan peraturan pariwisata.

2.1.7. Destinasi Pariwisata

Destinasi pariwisata merupakan suatu kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi kepariwisataan (Riwukore dkk., 2021).

Menurut (Eddyono, 2021) karakteristik destinasi pariwisata sebagai industri jasa berbeda dengan produk industri atau jasa lainnya. Karakteristik destinasi tersebut yaitu:

- a. *Intangible* (tidak berwujud), yaitu orang tidak dapat melihat bentuk layanan pariwisata sebelum wisatawan tersebut benar-benar merasakan pengalaman pergi ke destinasi pariwisata.
- b. Sulit diatur standar kualitasnya, dalam jasa terjadi hubungan secara langsung antara pemberi dan pengguna jasa.
- c. Terjadi proses simultan antara proses produksi dan konsumsi, jasa baru diproduksi apabila memang sudah dibeli oleh pengguna jasa sehingga terjadi proses yang bersamaan antara proses produksi dan konsumsi.
- d. Tidak dapat disimpan sebagai persediaan, misalnya, kamar hotel yang kosong seminggu yang lalu akan hilang dan tidak dapat dijual lagi pada hari ini atau hari berikutnya.
- e. Tidak dapat dimiliki, karena tidak terwujud maka tidak ada sesuatu yang kemudian dimiliki oleh seseorang yang telah membeli jasa tersebut. Untuk mewujudkan jasa tersebut wisatawan membeli suatu
- f. cinderamata sebagai kenang-kenangan bahwa kalau ia pernah pergi atau terekesan dengan tempat tujuan wisata tersebut.

2.1.8. Sarana dan Prasarana Pariwisata

a. Prasarana Pariwisata

Prasarana pariwisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana pariwisata dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beragam (Syamsuadi dkk., 2021).

Prasarana (*infrastructures*) dibagi atas tiga bagian yang penting dan satu di antaranya disebut sebagai prasarana pariwisata. Ketiga prasarana yang dimaksudkan itu adalah:

1) Prasarana Umum (*General Infrastructures*)

Prasarana umum adalah prasarana yang berkaitan dengan kebutuhan orang banyak dan dibuat dengan tujuan untuk membantu kelancaran roda perekonomian (Rochim dkk., 2020).

2) Kebutuhan Masyarakat Banyak (*Basic Needs of Civilized Life*)

Kebutuhan masyarakat banyak, merupakan prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak. Yang termasuk ke dalam kelompok ini yaitu rumah sakit, apotik, bank, kantor pos, pompa bensin, administrasi pemerintahan (Suastika, 2021).

3) Prasarana Pariwisata

Prasarana pariwisata mencakup *Plan Receptive Tourist*, yaitu segala bentuk organisasi atau badan usaha yang berfokus pada persiapan kedatangan wisatawan ke suatu tempat wisata (Maesaroh, 2019).

4) *Residential Tourist Plan*

Seluruh fasilitas yang dapat menampung kedatangan parawisatawan untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata. Termasuk di daerah kelompok ini adalah semua bentuk akomodasi yang diperuntukkan bagi wisatawan, termasuk segala bentuk rumah makan dan restoran yang ada (Nazar, 2019).

5) *Recreative and Sportive Plan*

Semua fasilitas yang dapat digunakan untuk rekreasi dan olahraga, seperti taman bermain untuk anak-anak dan fasilitas olahraga untuk

pengunjung, seperti kolam renang, gym, lapangan basket, dan lain- lain (Zakaria & Indah, 2021).

b. Sarana Pariwisata

Sarana pariwisata (*tourism superstructure*) adalah perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung memberikan layanan kepada wisatawan dan kehidupannya sangat bergantung pada kedatangan wisatawan (Aini dkk., 2023). Sarana pariwisata dibagi menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

1) Sarana Pokok Pariwisata

Sarana pokok pariwisata adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya tergantung kepada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata (Kardini & Sudiartini, 2020). Yang termasuk ke dalam kelompok ini adalah, sebagai berikut :

- a. *Travel Agent* dan *Tour Operator*.
- b. Perusahaan-perusahaan Angkutan Wisata.
- c. Hotel dan jenis akomodasi lainnya.
- d. Bar dan Restoran, serta rumah makan lainnya
- e. Obyek Wisata dan Atraksi Wisata

2) Sarana Perlengkapan Pariwisata

Sarana perlengkapan pariwisata adalah suatu perusahaan atau tempat yang menyediakan beberapa fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya untuk melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi juga dapat membuat para wisatawan lebih lama untuk tinggal pada suatu daerah tujuan wisata (Juliyadi dkk., 2022). Yang termasuk dalam sarana perlengkapan pariwisata, yaitu sebagai berikut :

- a. Sarana olahraga, seperti :
 1. Lapangan tenis
 2. Lapangan golf
 3. Kolam renang
 4. Permainan bowling
 5. Daerah perburuan
 6. Berlayar

7. Berselancar

b. Sarana Ketangkasan, seperti :

1. Permainan bola sodok
2. Jackpot
3. Pachinco
4. dan amusements lainnya

3) Sarana Penunjang Kepariwisataa

Sarana penunjang pariwisata adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok berfuangsi bukan hanya membuat pengunjung tinggal lebih lama di tempat wisata, tetapi juga mempunyai tujuan yang lebih penting yaitu membuat pengunjung lebih banyak mengeluarkan uang (Barambae dkk., 2019). Yang termasuk dalam sarana penunjang pariwisata yaitu :

- a. *Night Club*
- b. *Steambaths*
- c. *Casinos*

2.1.9. Sapta Pesona

Menurut Rahim dalam (Nasution dkk., 2020) Sapta Pesona merupakan unsur yang penting dalam pengembangan suatu objek wisata. Citra dan mutu suatu pariwisata di suatu daerah atau objek wisata pada dasarnya ditentukan oleh keberhasilan dalam perwujudan Sapta Pesona daerah tersebut. Sapta Pesona merupakan tujuh kondisi yang harus dibudayakan diwujudkan dalam dan kehidupan masyarakat sehari-hari sebagai salah satu upaya untuk memperbesar daya tarik dan daya saing pariwisata Indonesia.

Program Sapta Pesona menurut Pemerintah Indonesia pada tahun 1989 melalui Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor: KM.5/UM.209/MPPT-89 dalam (Nasution dkk., 2020) tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona sebagai payung tindakan yang unsur-unsurnya terdiri dari:

a. Aman

Suatu kondisi lingkungan pada destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang memberikan rasa tenang, bebas dari rasa takut dan kecemasan bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.

b. Tertib

Suatu kondisi lingkungan dan pelayanan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang mencerminkan sikap disiplin yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur serta efisien sehingga memberikan rasa nyaman dan kepastian bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.

c. Bersih

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

d. Sejuk

Suatu kondisi di daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang sejuk dan teduh yang dapat memberikan perasaan nyaman bagi wisatawan dalam melakukan kunjungannya ke daerah tersebut.

e. Indah

Suatu kondisi di daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang indah dan menarik serta memberikan kesan yang mendalam bagi wisatawan sehingga dapat mewujudkan potensi kunjungan ulang serta mendorong promosi ke pasar wisata yang lebih luas.

f. Ramah

Suatu kondisi lingkungan yang berasal dari sikap masyarakat di destinasi pariwisata yang mencerminkan suasana yang akrab dan terbuka.

g. Kenangan

Suatu bentuk pengalaman yang berkesan di destinasi pariwisata yang akan memberikan rasa senang dan kenangan yang indah bagi wisatawan.

2.1.10. Wisata Unggulan

Destinasi dapat diartikan sebagai daerah tujuan wisata. Menurut Damardjati dalam (Ariana & Ariana, 2020) negara tujuan wisata (*Tourist destination country*) merupakan daerah tujuan wisata. Negara atau bagian wilayah negarayang karena daya tarik serta berbagai macam sarana wisata pokok maupun penunjang yang lengkap dan cukup berkembang telah menjadi tujuan kunjungan wisatawan-wisatawan luar maupun dalam negeri yang bukannya sekedar lewat, tetapi tinggal lebih dari 24 jam.

Destinasi wisata unggulan secara definisi dapat diartikan sebagai suatu daya tarik wisata yang memiliki daya saing (*the competitive destination*) dan mampu bersaing dengan daya tarik wisata ataupun daerah tujuan wisata lainnya (Ariana & Ariana, 2020).

Menurut Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata tentang kriteria dan penetapan destinasi wisata unggulan tahun 2007, dalam rangka mendorong akselerasi pengembangan destinasi wisata di daerah perlu ditetapkan suatu daerah menjadi destinasi wisata unggulan. Penetapan suatu daerah menjadi destinasi wisata unggulan akan dilakukan secara bertahap, sesuai dengan potensi dan atau kapasitas dari masing-masing daerah.

Berdasarkan hal tersebut, ada beberapa indikator atau kriteria dari wisata unggulan, diantaranya: ketersediaan sumber daya dan daya tarik wisata, fasilitas pariwisata dan fasilitas umum, aksesibilitas, kesiapan dan keterlibatan masyarakat, potensi wisata dan posisi strategis pariwisata dalam pembangunan daerah (Wardana & Permana, 2023).

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

Penelitian yang relevan ini dapat digunakan sebagai referensi atau menunjukkan bahwa penelitian yang sedang saya lakukan bukanlah sesuatu yang baru dalam bidang penelitian. Beberapa penelitian yang relevan masih terkait, antara lain :

Tabel 2. 1
Hasil Penelitian yang Relevan

	Penelitian Relevan 1 (Skripsi)
Penulis	Dhea Puspita Arum
Judul	Strategi Pengembangan Objek Wisata KotaTaman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi
Tahun	2023
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 ?
Metode Penelitian	Deskriptif Kuantitatif
Variabel Penelitian	1. Potensi apa sajakah yang terdapat di objek wisata Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi yang terdiri dari: a. Panorama alam b. Danau c. Wisata kuliner d. Wahana anak 2. Bagaimana strategi pengembangan objek wisata Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi sebagai berikut: a. Peningkatan fasilitas b. Pemeliharaan Fasilitas c. Promosi
Hipotesis	Hipotesis yang peneliti kemukakan dalam penelitian ini adalah : 1. Objek wisata kota Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi memiliki potensi cultural landcape (bentang lahan) seperti panorama alam, danau, wisata kuliner, dan wahana anak. 2. Strategi pengembangan wisata kota Taman Limo di Desa Jatiwangi Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi adalah peningkatan fasilitas, pemeliharaan fasilitas, dan promosi.

	Penelitian Relevan 2 (Skripsi)
Penulis	Fega Fazkia Maulani Minwari
Judul	Strategi Pengembangan Kawasan Objek Wisata Batu Mahpar Di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya
Tahun	2022
Intansi	Universitas Siliwangi
Rumusan Masalah	1. Faktor pendukung dan penghambat apakah yang mempengaruhi pengembangan kawasan objek wisata Batu Mahpar di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya? 2. Bagaimana strategi pengembangan kawasan objek wisata Batu Mahpar di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya?
Metode Penelitian	Deskriptif Kuantitatif
Variabel Penelitian	1. Faktor pendukung dan penghambat apakah yang mempengaruhi pengembangan objek wisata Batu Mahpar Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya, meliputi: a. Daya Tarik Unggulan 1) Batu Mahpar 2) Curug / Air Terjun. 3) Faktor Pendukung 4) Area Hiburan 5) Wisata Edukasi b. Faktor Penghambat 1) Kurangnya Penunjang Objek Wisata 2) Tidak Tersedia Souvenir 3) Pandemi Covid-19 2. Bagaimana strategi pengembangan kawasan objek wisata batu mahpa di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya dilakukan: a. Penyesuaian Harga Tiket Masuk Objek Wisata. b. Promosi c. Menciptakan wahana sebagai daya tarik wisata baru d. Pengembangan Geopark

Hipotesis	1. Terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat yang mempengaruhi pengembangan objek wisata Batu Mahpar di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya. a. Faktor pendukung yang mempengaruhi pengembangan kawasan objek wisata Batu Mahpar di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya yaitu terdapat daya tarik yang diunggulkan yaitu Batu Mahpar dan curug/air terjun, serta wahana pendukung diantaranya area hiburan, dan wisata edukasi. b. Faktor penghambat yang mempengaruhi pengembangan kawasan objek wisata Batu Mahpar di Desa Linggawangi Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya adalah kurangnya penunjang objek wisata, tidak tersedia souvenir, pandemi Covid-19. 2. Terdapat beberapa strategi yang dilakukan pengelola kawasan objek wisata Batu Mahpar untuk mengatasi masalah tersebut, diantaranya penyesuaian harga tiket masuk objek wisata, promosi, menciptakan wahana baru sebagai daya tarik wisata baru, pengembangan Geopark.
	Penelitian Relevan 3 (Skripsi)
Penulis	Dandi Maulana Sidik
Judul	Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Ikon Taraju Di Desa Taraju Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya
Tahun	2023
Intansi	Universitas Siliwangi
Rumusan Masalah	1. Apa sajakah yang menjadi daya tarik wisata Ikon Taraju di Desa Taraju Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya? 2. Bagaimanakah Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Ikon Taraju di Desa Taraju Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya?
Metode Penelitian	Deskriptif Kuantitatif
Variabel Penelitian	1. Daya tarik wisata Ikon Taraju di Desa Taraju Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya yaitu: 1) Daya Tarik Wisata Alam yaitu pemandangan alam perkebunan teh 2) Daya Tarik Wisata Buatan

	a) Camping family b) Kedai kopi c) Spot foto d) Aktivitas petani petik teh 2. Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Ikon Taraju di Desa Taraju Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya yaitu: a. Pengembangan atraksi wisata. b. Pengadaan dan peningkatan fasilitas pendukung wisata. c. Peningkatan kerja sama antar stakeholder dalam mendukung kemajuan destinasi wisata
Hipotesis	1. Daya tarik wisata Ikon Taraju di Desa Taraju Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya meliputi daya tarik wisata alam yaitu pemandangan alam perkebunan teh; dan daya tarik wisata buatan yang terdiri dari camping family, kedai kopi, spot foto, dan aktivitas petani petik teh. 2. Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Ikon Taraju di Desa Taraju Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya adalah dengan pengembangan atraksi wisata, pengadaan dan peningkatan fasilitas penunjang wisata, serta peningkatan kerja sama antar stakeholder dalam mendukung kemajuan destinasi wisata.

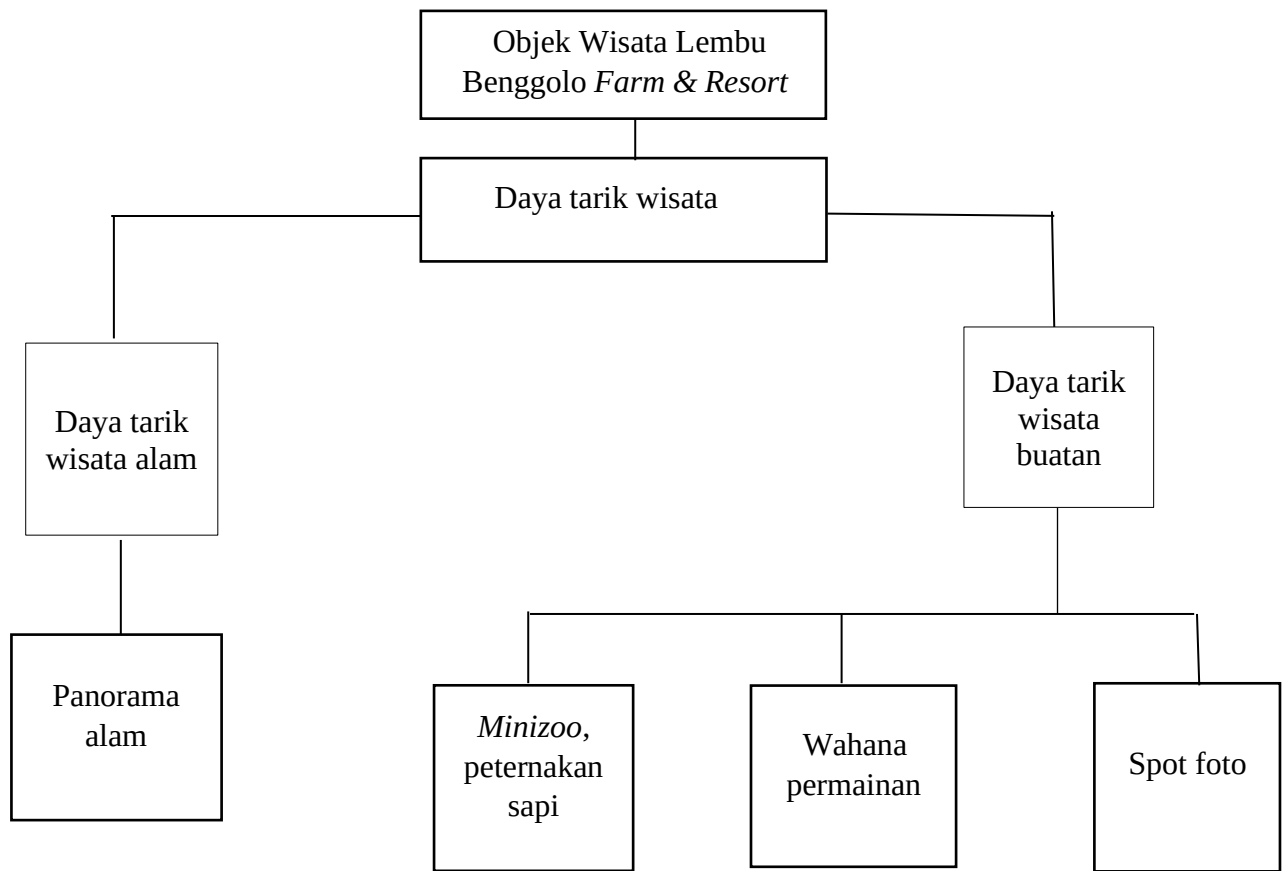
Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Kerangka Konseptual I

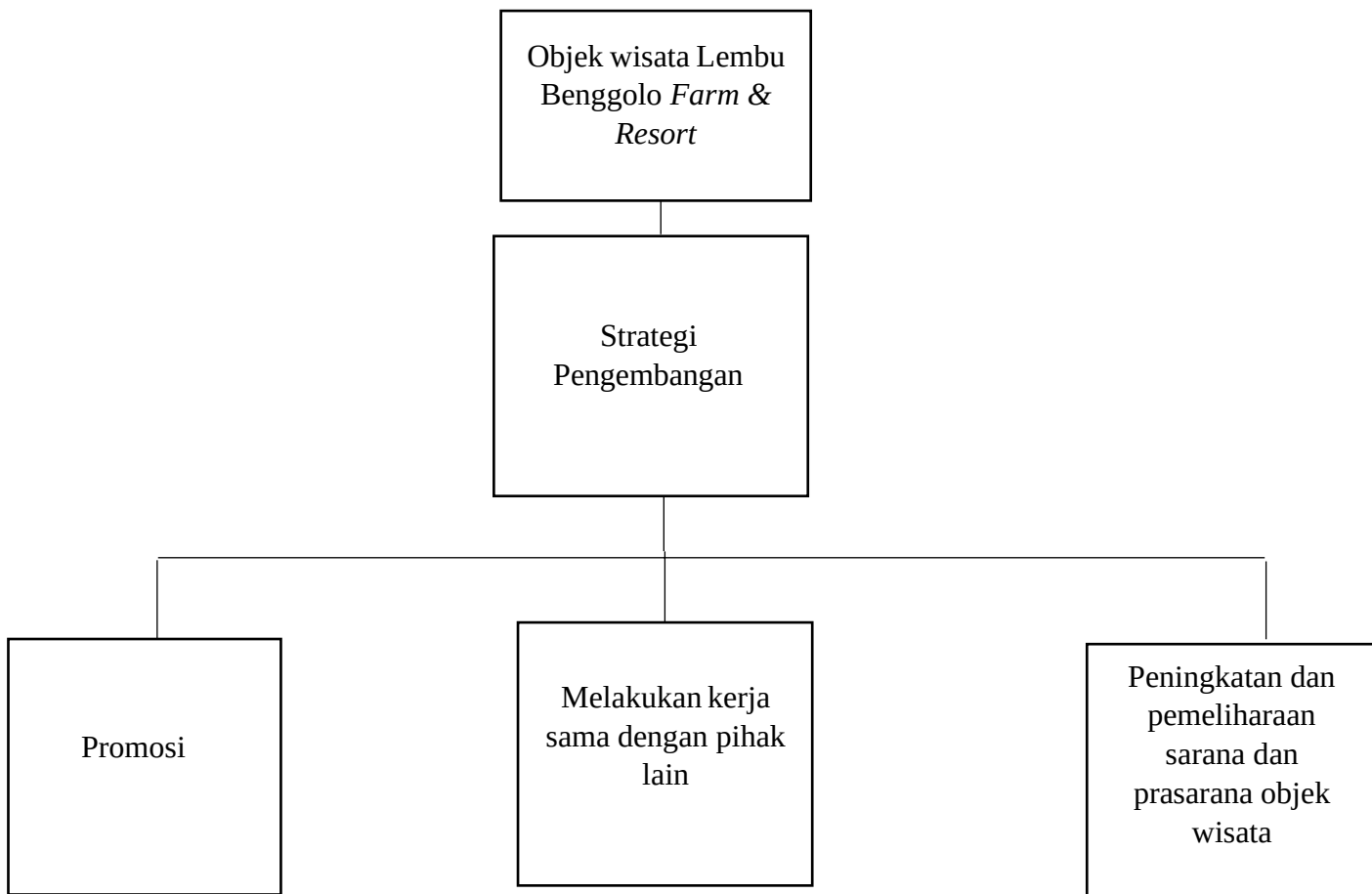
Berdasarkan rumusan masalah yang pertama mengenai daya tarik Objek Wisata Lembu Benggolo *Farm & Resort* di Desa Kedunggede Kecamatan Lumbir Kabupaten Banyumas?



Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual I

b. Kerangka Konseptual II

Berdasarkan rumusan masalah yang kedua mengenai strategi pengembangan Objek Wisata Lembu Benggolo *Farm & Resort* di Desa Kedunggede Kecamatan Lumbir Kabupaten Banyumas.



Gambar 2. 2
Kerangka Konseptual II

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah atau pertanyaan penelitian yang masih harus diuji kebenarannya (Zaki & Saiman, 2021). Sesuai dengan penelitian, maka hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Terdapat daya tarik Objek Wisata Lembu Benggolo *Farm & Resort* di Desa Kedunggede Kecamatan Lumbir Kabupaten Banyumas, diantaranya daya tarik wisata alam seperti panorama alam, serta daya tarik wisata buatan seperti *minizoo*, peternakan sapi, wahana permainan, spot foto.
- b. Terdapat beberapa strategi pengembangan Objek Wisata Lembu Benggolo *Farm & Resort* di Desa Kedunggede Kecamatan Lumbir Kabupaten Banyumas, diantaranya promosi, melakukan kerja sama dengan pihak lain, peningkatan dan pemeliharaan sarana dan prasarana objek wisata.