

BAB 2

TINJAUAN TEORETIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Geografi Pariwisata

Geografi pariwisata merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari hubungan antara aktivitas manusia dengan lingkungan fisik tempat beraktivitas selama perjalanan wisatanya. Perlu dipahami bahwa geografi pariwisata tidak sekedar sebagai media untuk mendapatkan informasi tentang lokasi objek wisata, kuliner, atraksi maupun transportasi. Fokus kajian geografi pariwisata adalah objek wisata dan wisatawan sebagai konsumen obyek wisata tersebut, selanjutnya dilakukan analisis untuk menyelesaikan masalah yang ditimbulkan akibat interaksi antara wisatawan dengan lingkungan objek wisata (Mahagiyani & Sugiono, 2024).

Menurut Arjana (Indrianeu et al., 2021) Geografi pariwisata adalah ilmu yang mempelajari dan menjelaskan berbagai fenomena fisiogeografis (unsur-unsur lingkungan fisik) serta fenomena sosiogeografis (unsur-unsur lingkungan manusia atau sosial budaya) yang memiliki ciri khas, keindahan, dan nilai tertentu, yang membuatnya menarik untuk dikunjungi dan berkembang menjadi destinasi wisata.

Menurut (Aswir & Misbah, 2018) Geografi pariwisata merupakan cabang ilmu geografi yang memfokuskan kajian pada pariwisata, termasuk distribusi destinasi wisata, interaksi antara wisatawan dan lingkungan, serta dampaknya terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Ilmu ini mencakup pemahaman tentang pembentukan destinasi wisata, cara mereka menarik pengunjung, serta pengaruhnya terhadap daerah tersebut dan masyarakat setempat.

a. Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, yaitu “pari” berarti penuh, sedangkan “wisata” artinya perjalanan. Sehingga secara keseluruhan pariwisata diartikan sebagai segala fenomena

atau gejala dan hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan atau persinggahan yang dilakukan oleh seseorang untuk berbagai tujuan. Secara etimologis pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” dan “wisata”, pari berarti banyak, berkali-kali, berulang-ulang, sedangkan wisata berarti perjalanan atau berpergian, jadi pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berulang-ulang dari suatu tempat ke tempat lain (Suryani, 2002).

Menurut Yoeti (dalam Yulesti, 2017) Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lainnya, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna untuk bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi kebutuhan yang beragam.

Menurut (Wulan et al., 2013) Pariwisata dapat dibagi menjadi tiga jenis berdasarkan karakternya, yaitu:

- 1) Pariwisata alam, yang memanfaatkan daya tarik wisata yang ditawarkan oleh alam, seperti bentang alam serta keanekaragaman flora dan fauna.
- 2) Pariwisata lingkungan (ekowisata), yang merujuk pada kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan dengan tetap menjaga tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan.
- 3) Pariwisata budaya merujuk pada daya tarik yang berasal dari kekayaan khas yang dimiliki oleh setiap bangsa dan negara, yang dikenal sebagai kebudayaan.

b. Syarat-syarat Pariwisata

Menurut Sandywarman (dalam Destari, 2017) terdapat beberapa kriteria yang perlu dipenuhi agar suatu daerah dapat menjadi daya tarik wisata. Sebuah destinasi wisata akan lebih menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan apabila memenuhi syarat-syarat berikut:

1) *What to See*

Objek wisata harus memiliki daya tarik khas seperti pemandangan alam, kegiatan, seni, atraksi wisata, dan budaya yang dapat dijadikan hiburan

bagi pengunjung.

2) *What to Do*

Tersedianya fasilitas rekreasi di tempat wisata yang dapat membuat wisatawan betah dan ingin tinggal lebih lama.

3) *What to Buy*

Terdapat fasilitas belanja seperti souvenir dan kerajinan lokal yang dapat dibawa pulang sebagai kenang-kenangan.

4) *What to Arrived*

Kemudahan akses transportasi untuk mencapai tujuan wisata dan waktu tempuh yang diperlukan.

5) *What to Stay*

Destinasi wisata perlu menyediakan berbagai pilihan akomodasi, mulai dari hotel berbintang hingga penginapan yang lebih sederhana, untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

c. Komponen Pariwisata

Menurut Yoeti (dalam Supatmana, 2022) berpendapat bahwa tercapainya suatu kawasan wisata tergantung pada 3A yaitu:

1) Atraksi (*attraction*)

Atraksi merupakan faktor utama yang mendorong orang untuk mengunjungi suatu destinasi. Elemen-elemen dalam atraksi wisata secara umum memengaruhi keputusan konsumen dan memotivasi calon wisatawan. Beberapa di antaranya meliputi atraksi wisata alam, atraksi buatan manusia, atraksi budaya, dan atraksi sosial. Atraksi wisata (*tourist attraction*) merujuk pada sesuatu yang dapat dilihat atau disaksikan melalui pertunjukan khusus yang diselenggarakan untuk para wisatawan. Perbedaan antara atraksi wisata dan daya tarik wisata terletak pada kenyataan bahwa daya tarik wisata dapat dinikmati secara langsung tanpa persiapan, sedangkan atraksi wisata memerlukan persiapan atau pengaturan terlebih dahulu untuk dapat disaksikan.

2) Aksesibilitas (*accessibility*)

Aksesibilitas merupakan sarana yang memudahkan seseorang

dalam melakukan perjalanan. Untuk melakukan perjalanan tersebut, diperlukan alat transportasi. Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, berbagai jenis alat transportasi kini tersedia dan menjadi salah satu faktor pendukung serta pendorong perkembangan pariwisata.

3) Fasilitas Wisata (*amenities*)

Amenitas merupakan berbagai fasilitas yang disediakan oleh suatu destinasi wisata untuk memenuhi kebutuhan para pengunjung atau wisatawan. Sementara itu, fasilitas adalah sarana yang disediakan oleh pengelola tempat wisata untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan, agar mereka dapat menikmati kenyamanan selama berkunjung. Fasilitas ini dapat berupa penginapan, area parkir, tempat belanja, ruang administrasi, kamar mandi, dan toilet.

d. Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut (Mahagiyani & Sugiono, 2024) pariwisata dibedakan menjadi beberapa jenis. Berikut ini beberapa jenis pariwisata beserta penjelasannya:

1) Wisata Budaya

Perjalanan wisatawan yang bertujuan untuk memperdalam pengetahuan tentang kebiasaan, adat istiadat, cara hidup, budaya, dan seni masyarakat melalui kunjungan langsung dan pembelajaran tentang masyarakat tersebut.

2) Wisata Pilgrim

Perjalanan wisatawan yang berhubungan dengan agama, adat istiadat, kepercayaan masyarakat, dan sejarah. Wisata pilgrim sering kali dikaitkan dengan keinginan wisatawan untuk mendapatkan kekuatan iman, restu, kekuatan batin, dan terkadang juga untuk meraih berkah.

3) Wisata Petualangan

Perjalanan wisata yang penuh tantangan dengan tujuan untuk mendapatkan pengalaman yang mendebarkan dan meningkatkan keberanian. Biasanya, kegiatan ini dilakukan oleh kalangan pemuda.

4) Wisata Bulan Madu

Perjalanan wisata yang dilakukan oleh pengantin baru dalam waktu sebulan setelah pernikahan, mengunjungi tempat-tempat romantis. Fasilitas yang disediakan biasanya dirancang khusus untuk memastikan kenikmatan dan keistimewaan pengalaman mereka.

5) Wisata Olahraga

Perjalanan wisatawan yang bertujuan untuk berolahraga atau secara khusus untuk berpartisipasi dalam acara olahraga di suatu lokasi atau negara. Beberapa jenis olahraga di luar acara olahraga besar termasuk berburu, memancing, olahraga air, mendaki gunung, dan sebagainya.

6) Wisata Kesehatan

Perjalanan wisata yang bertujuan untuk beristirahat baik secara fisik maupun mental, dengan mengunjungi lokasi-lokasi seperti mata air panas atau tempat-tempat dengan iklim sejuk.

7) Wisata Komersial

Perjalanan untuk mengunjungi pameran atau pekan raya yang bersifat komersial. Awalnya, kunjungan semacam ini tidak dianggap sebagai perjalanan wisata, tetapi saat ini banyak orang yang mengunjungi acara pameran perdagangan atau pekan raya dengan tujuan mencari hiburan, terutama karena pameran sering menyajikan berbagai atraksi yang menghibur.

8) Wisata Politik

Perjalanan yang dilakukan untuk menghadiri atau berpartisipasi secara aktif dalam acara politik, yang biasanya dilengkapi dengan berbagai atraksi yang dapat dinikmati oleh pengunjung.

9) Wisata Industri

Perjalanan yang dilakukan oleh kelompok pelajar, mahasiswa, atau masyarakat umum ke suatu kawasan industri dengan tujuan untuk melakukan penelitian atau pengamatan.

10) Wisata Konvensi

Perjalanan yang dilakukan untuk menghadiri sidang konferensi, musyawarah, atau pertemuan lainnya yang bersifat nasional atau

internasional. Selain sidang, acara tersebut juga biasanya menyertakan berbagai atraksi menarik.

11) Wisata Cagar Alam

Perjalanan wisata ke lokasi-lokasi yang dilindungi oleh undang-undang untuk menjaga kelestariannya, seperti cagar alam, hutan lindung, dan sejenisnya. Jenis wisata ini seringkali terkait dengan minat terhadap keindahan alam, flora dan fauna langka, serta kesegaran udara.

12) Wisata Buru

Jenis wisata yang diatur sebagai safari berburu ke area yang telah ditetapkan oleh pemerintah, seperti hutan dan savana. Wisatawan diperbolehkan untuk memburu binatang yang telah ditentukan sebagai bagian dari upaya untuk menjaga keseimbangan ekosistem.

2.1.2 Potensi Wisata

Menurut (Nurjannah, 2020) Potensi Wisata merupakan semua objek, baik yang bersifat alamiah, budaya, maupun manusia yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Potensi wisata dibagi menjadi tiga kategori utama yaitu:

- a. Potensi Alam: Aspek alam seperti flora, fauna, geologi (topografi), vulkanologi, hidrologi, dan bentang alam di suatu daerah seperti Pantai atau hutan. Keunikan dan kelebihan alam jika dikembangkan dengan mempertimbangkan lingkungan sekitarnya dapat menarik wisatawan.
- b. Potensi Kebudayaan: Ini mencakup semua hasil cipta, rasa dan karsa manusia, baik dalam bentuk budaya masyarakat seperti adat istiadat, kerajinan tangan, dan kesenian maupun peninggalan sejarah dari nenek moyang, seperti bangunan atau monument. Wisatawan dapat merasakan daya Tarik ini secara fisik, mental, dan emosional.
- c. Potensi Manusia: Potensi ini melibatkan kontribusi manusia sebagai daya Tarik wisata, melalui pementasan tarian, pertunjukan, dan seni budaya khas suatu daerah.

Sementara itu, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2021), menyatakan bahwa potensi wisata yang dapat dikembangkan mencakup lima kategori utama:

- a. Potensi Alam (Natural Attractions): mencakup lanskap alam, udara sejuk, sawah, sungai, dan panorama lainnya.
- b. Potensi Budaya (Cultural Attractions): termasuk kesenian, adat istiadat, kuliner, dan kerajinan lokal.
- c. Potensi Buatan (Man-Made Attractions): seperti taman tematik, spot foto, dan wahana permainan.
- d. Potensi Aktivitas Wisata (Experiential Attractions): mencakup aktivitas khas desa seperti bertani, membatik, memasak, dll.
- e. Potensi Kelembagaan dan Masyarakat: berupa keterlibatan masyarakat, peran BUMDes, dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis)

Menurut (Kusumadewi, 2022) Potensi wisata merujuk pada daya tarik yang harus dimiliki oleh suatu destinasi wisata agar dapat digunakan untuk mengembangkan industri pariwisata di daerah tersebut. Selain itu, potensi wisata harus memiliki konsep pengembangan yang jelas agar perencanaan dan proses pengembangan dapat mencapai tujuan dalam menciptakan daya tarik wisata yang ideal. Sebuah daya tarik wisata harus memenuhi tiga kriteria agar dapat menarik perhatian pengunjung:

- a. *Something To See*: Daya Tarik wisata harus menawarkan sesuatu yang dapat dilihat atau dinikmati oleh pengunjung. Dengan kata lain, destinasi tersebut harus memiliki atraksi khusus yang dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.
- b. *Something To Do*: Destinasi harus menyediakan aktivitas yang memberikan kesenangan, kebahagiaan dan relaksasi bagi wisatawan, seperti fasilitas rekreasi, area bermain, atau tempat makan, sehingga pengunjung merasa nyaman dan ingin berlama-lama disana.
- c. *Something To Buy*: Harus ada fasilitas belanja untuk wisatawan, biasanya berupa produk khas atau ikon daerah tersebut yang dapat dibeli sebagai oleh-oleh.

2.1.3 Wisata Alam

Menurut Fandeli (dalam Lumansik et al., 2022) objek wisata adalah perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Sedangkan objek wisata alam adalah objek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya.

Menurut Pujaastawa & Ariana (dalam Nugroho et al., 2021) daya tarik wisata alam dapat dibedakan menjadi:

- a. Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah perairan laut dan
- b. Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan bentang lingkungan alam di wilayah daratan. Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah daratan yaitu pegunungan dan hutan alam/taman nasional/taman wisata alam/taman hutan raya, perairan sungai dan danau, perkebunan, pertanian, dan bentang alam khusus.

2.1.4 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata dapat diartikan sebagai usaha untuk mengembangkan, menambah, atau menata ulang hal-hal yang dianggap perlu dilakukan di suatu tempat atau wilayah melalui pengembangan pariwisata, diharapkan dapat tercipta hal-hal baru yang hasilnya merupakan keterpaduan antara berbagai aspek, baik yang berkaitan dengan pariwisata maupun yang tidak berkaitan dengan pariwisata (Supatmana, 2022).

Menurut Barreto dan Giantari (dalam Septiwirawan et al., 2020) Pengembangan pariwisata merupakan upaya untuk meningkatkan atau memajukan objek wisata, agar objek tersebut menjadi lebih baik dan menarik, baik dari segi lokasi maupun fasilitas yang ada, sehingga dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung.

Menurut Hadiwijoyo (dalam Masitah, 2019) terdapat prinsip-prinsip dalam pengembangan pariwisata, yaitu:

- a. Mengakui, mendukung, dan mempromosikan pariwisata berbasis masyarakat.
- b. Melibatkan masyarakat secara aktif sejak tahap awal dalam setiap aspek pengembangan.
- c. Mempromosikan kebanggaan masyarakat.
- d. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat.
- e. Memastikan keberlanjutan lingkungan.
- f. Menjaga keunikan karakter dan budaya lokal.
- g. Mendorong pembelajaran lintas budaya.
- h. Menghormati keberagaman budaya dan nilai-nilai kemanusiaan.
- i. Membagi keuntungan secara adil di antara masyarakat.
- j. Memberikan kontribusi dalam bentuk persentase tertentu.

Menurut Suswantoro (dalam Ismail, 2020) pengembangan pariwisata harus dilakukan melalui beberapa langkah, yaitu:

- a. Promosi, yang merupakan upaya pemasaran yang harus dilaksanakan secara terpadu, baik di dalam maupun luar negeri.
- b. Aksesibilitas, yang menjadi aspek penting dalam mendukung pengembangan pariwisata karena berkaitan dengan pengembangan berbagai sektor.
- c. Pengembangan kawasan pariwisata

Menurut (Kristianto, 2023) berhasilnya pengembangan pariwisata ditentukan oleh faktor-faktor berikut ini:

- a. Terdapat daya tarik wisata dan atraksi wisata.
- b. Adanya fasilitas dan layanan wisata.
- c. Pasar wisatawan.
- d. Fasilitas untuk aksesibilitas, sarana transportasi dan prasarana untuk menarik wisatawan mengunjungi kawasan wisata.
- e. Terdapat amenities yang berupa sarana kepariwisataan.
- f. Sumber daya manusia dan organisasi pengelola

2.1.5 Faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan

Kunjungan wisatawan ke suatu objek wisata dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Faktor-faktor tersebut dapat berasal dari dalam diri wisatawan maupun dari kondisi eksternal objek wisata itu sendiri. Menurut World Tourism Organization (UNWTO, 2023), terdapat beberapa faktor yang sangat menentukan motivasi dan keputusan seseorang dalam melakukan perjalanan wisata, yaitu:

- a. Atraksi dan Pengalaman (*Attractions and Experiences*): Daya tarik utama destinasi wisata, baik yang bersifat alam, budaya, buatan manusia, maupun pengalaman imersif yang ditawarkan. Wisatawan kini cenderung memilih destinasi yang memberi pengalaman unik, autentik, dan dapat dibagikan melalui media sosial.
- b. Aksesibilitas (*Accessibility*): Kemudahan menjangkau lokasi wisata menjadi salah satu faktor utama, termasuk transportasi umum, ketersediaan jalan, informasi digital, dan dukungan teknologi navigasi seperti Google Maps.
- c. Fasilitas dan Infrastruktur (*Amenities and Infrastructure*): Meliputi akomodasi, restoran, toilet, tempat parkir, layanan informasi, serta infrastruktur dasar seperti listrik dan jaringan internet.
- d. Harga dan Nilai Ekonomi (*Affordability and Value for Money*): Keterjangkauan biaya transportasi, tiket masuk, makanan, dan aktivitas wisata berpengaruh pada keputusan wisatawan, terutama bagi generasi muda dan keluarga.
- e. Keamanan dan Kebersihan (*Safety and Cleanliness*): Dalam konteks pascapandemi, wisatawan sangat memperhatikan protokol kesehatan, lingkungan bersih, dan jaminan keamanan di lokasi wisata.
- f. Promosi Digital dan Reputasi (*Digital Marketing and Reputation*): Reputasi suatu destinasi di media sosial, ulasan Google, atau platform seperti TripAdvisor menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan wisatawan.

- g. Keterlibatan Komunitas Lokal (*Community Involvement*): Wisatawan semakin menyukai destinasi yang melibatkan penduduk lokal dalam pelayanan, budaya, dan edukasi, menciptakan koneksi sosial dan nilai tambah pengalaman.

2.1.6 Sapta Pesona Pariwisata

Istilah "Sapta Pesona" terdiri dari dua kata, yaitu "sapta" yang berarti tujuh dan "pesona" yang merujuk pada daya tarik. Secara keseluruhan, "Sapta Pesona" dipahami sebagai tujuh elemen yang ada dalam setiap produk pariwisata, yang digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas produk pariwisata tersebut. Menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor: KM.5/UM.209/MPPT-89 (dalam Hadi & Widyaningsih, 2020) Sapta Pesona adalah konsep Sadar Wisata yang terkait dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya untuk menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata, melalui perwujudan unsur aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan unsur kenangan. Untuk lebih jelasnya unsur-unsur tersebut yaitu:

- b. Aman, sebuah keadaan lingkungan di lokasi wisata yang menciptakan suasana yang tenang, aman, dan bebas dari rasa takut atau kecemasan bagi pengunjung saat mereka melakukan perjalanan atau kunjungan ke tempat tersebut.
- c. Tertib, suatu kondisi lingkungan dan layanan di lokasi wisata yang menunjukkan tingkat disiplin yang tinggi, dengan kualitas fisik dan layanan yang konsisten, teratur, serta efisien, sehingga memberikan rasa nyaman dan kepastian bagi wisatawan saat mereka bepergian atau mengunjungi tempat tersebut.
- d. Bersih, kondisi lingkungan serta kualitas produk dan layanan di lokasi wisata yang mencerminkan keadaan yang bersih dan higienis, sehingga memberikan rasa nyaman dan menyenangkan bagi wisatawan saat melakukan perjalanan atau mengunjungi tempat tersebut.
- e. Sejuk, kondisi lingkungan di lokasi wisata yang menggambarkan suasana

yang sejuk dan teduh, sehingga membuat wisatawan merasa nyaman dan betah selama perjalanan atau kunjungan mereka ke tempat tersebut.

- f. Indah, kondisi lingkungan di lokasi wisata yang menunjukkan keindahan dan daya tarik yang dapat membuat wisatawan merasa terkesan dan terkagum-kagum selama perjalanan atau kunjungan mereka, sehingga menciptakan kemungkinan kunjungan kembali dan mendorong promosi ke pasar wisatawan yang lebih luas.
- g. Ramah, kondisi lingkungan yang berasal dari sikap masyarakat di lokasi wisata, yang mencerminkan suasana yang ramah, terbuka, dan penuh penerimaan, sehingga memberikan rasa nyaman, diterima, dan merasa seperti di rumah sendiri bagi wisatawan selama perjalanan atau kunjungan mereka ke tempat tersebut.
- h. Kenangan, sebuah pengalaman yang mengesankan di lokasi wisata yang akan memberikan kebahagiaan dan kenangan yang mendalam bagi wisatawan selama perjalanan atau kunjungan mereka ke tempat tersebut.

2.2 Hasil Penelitian yang relevan

Penelitian relevan merupakan penelitian yang dijadikan sebagai salah satu sumber rujukan serta acuan bagi peneliti untuk melakukan suatu penelitian. Berikut merupakan beberapa penelitian relevan yang masih terkait dengan penelitian yang dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Penelitian Relevan

Subjek	Penelitian yang Relevan			
	Sinta Noris Syarifah	Aris Darisman	Yandi Gunawan	Adrian Muharam
Judul	Potensi dan Pengembangan Desa Guranteng Kecamatan Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya	Potensi Objek Wisata Cadas Ngampar di Desa Gunungsari Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis	Identifikasi Potensi Wisata Alam di Desa Wisata Tenjowaringin Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya	Potensi Antapura De Djati sebagai objek wisata di Desa Cibiuk Kaler Kecamatan Cibiuk Kabupaten Garut
Tahun	2023	2023	2024	2025
Rumusan Masalah	1. Potensi wisata apasajakah yang terdapat di Desa wisata Desa Gurenteng Kecamatan Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya ? 2. Faktor-faktor apa sajakah yang menjadi penghambat dalam pengembangan Desa Wisata di Desa Guranteng Kecamatan Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya ?	1. Potensi apa sajakah yang dimiliki Objek Wisata Cadas Ngampar di Desa Gunungsari Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis? 2. Faktor apa sajakah yang berpengaruh terhadap pengembangan Objek Wisata Cadas Ngampar di Desa Gunungsari Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis?	1. Apa saja Potensi Wisata Alam yang terdapat di Desa Wisata Tenjowaringin Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya? 2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan Potensi Wisata Alam di Desa Wisata Tenjowaringin Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya?	3. Potensi apa sajakah yang terdapat di Antapura De Djati sebagai objek wisata di Desa Cibiuk Kaler Kecamatan Cibiuk Kabupaten Garut? 4. Faktor apa sajakah yang ketertarikan pengunjung terhadap objek wisata Antapura De Djati di Desa Cibiuk Kaler Kecamatan Cibiuk Kabupaten Garut?
Metode Penelitian	Deskriptif Kuantitatif	Deskriptif Kuantitatif	Deskriptif Kuantitatif	Deskriptif Kuantitatif

Sumber: Hasil Studi Dokumentasi, 2024

2.3 Kerangka Konseptual

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

a. Kerangka Konseptual I

Kerangka konseptual yang pertama didasarkan pada rumusan masalah yang pertama yaitu “Potensi apasajakah yang terdapat di Antapura De Djati sebagai objek wisata di Desa Cibiuk Kaler Kecamatan Cibiuk Kabupaten Garut”. Teori yang diambil untuk menentukan variabel dan indikator untuk rumusan masalah 1 adalah potensi wisata menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2021.

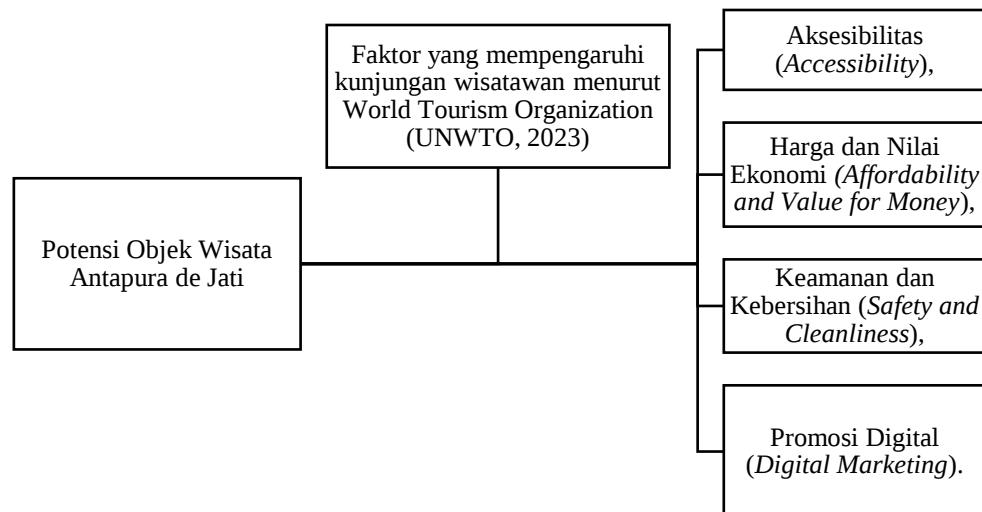


Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual 2

Sumber : Hasil Studi Literatur; 2024

b. Kerangka Konseptual II

Kerangka konseptual kedua didasarkan pada rumusan masalah yang kedua yaitu “Faktor yang memengaruhi ketertarikan pengunjung terhadap objek wisata Antapura De Djati di Desa Cibiuk Kaler Kecamatan Cibiuk Kabupaten Garut? Teori yang digunakan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan diambil dari World Tourism Organization tahun 2023. Adapun kerangka konseptual yang kedua dapat dilihat pada Gambar 2.2



Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual 2
Sumber : Hasil Studi Literatur, 2024

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka konseptual yang dipaparkan penulis, maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

1. Potensi yang terdapat di Antapura De Djati sebagai potensi objek wisata di Desa Cibiuk Kaler Kecamatan Cibiuk Kabupaten Garut yaitu: Potensi Alam (*Natural Attractions*), Potensi Budaya (*Cultural Attractions*), Potensi Buatan (*Man-Made Attractions*) dan Potensi aktivitas wisata (*Experiential Attractions*).
2. Faktor yang memengaruhi ketertarikan pengunjung terhadap objek wisata Antapura De Djati di Desa Cibiuk Kaler Kecamatan Cibiuk Kabupaten Garut, yaitu : Aksesibilitas (*Accessibility*), Harga dan Nilai Ekonomi (*Affordability and Value for Money*), Keamanan dan Kebersihan (*Safety and Cleanliness*), Promosi Digital (*Digital Marketing*).