

BAB 2

TINJAUAN TEORETIS

2.1.Kajian Pustaka

2.1.1. Konsep Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata secara bahasa berasal dari bahasa sansekerta, sesungguhnya bukanlah berarti “*tourisme*” (bahasa belanda) atau “*tourism*” (bahasa inggris). Kata pariwisata menurut pengertian ini, sinonim dengan pengertian “*tour*”. Pendapat ini berdasarkan pemikiran bahwa kata pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap. Wisata berarti perjalanan, berpergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata *trave*. Maka dari itu pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputat-putar, dari suatu tempat ke tempat lain. (Putri et al., 2022). Menurut Ardi Mularsari Pariwisata ialah suatu aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang pada saat tertentu dari suatu tempat ke tempat lain nya dengan persiapan terlebih dahulu, dan bertujuan untuk mencari kesenangan. pariwisata juga diartikan sebagai suatu perjalanan yang berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain nya dengan tujuan untuk berlibur.

Pariwisata adalah sebuah rangkaian aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau keluarga ke suatu tempat sementara yang bukan tempat asalnya dengan tujuan untuk mencari ketenangan, kedamaian, keseimbangan, keserasian, dan kebahagiaan jiwa. Faktor pendukung pariwisata dengan berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemeritah, dan pemerintah daerah. (Putri et al., 2022) Sedangkan pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi

dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Indonesia, 2009).

Dari pengertian diatas dapat diketahui bahwa pariwisata merupakan dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputat-putar, dari suatu tempat ke tempat lain melalui perencanaan yang matang dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam rangka waktu sementara. Perkembangan mengenai pengertian pariwisata ini diperkirakan akan terus berkembang seiring waktu mengikuti berbagai sudut pandang para ahli.

b. Syarat-Syarat Pariwisata

Syarat-syarat bagi suatu daya tarik wisata sehingga dapat menarik wisatawan yaitu menurut Fandeli (1995) dalam (Afriza et al., 2017) harus memenuhi beberapa syarat berikut ini:

1) Something to see

Artinya objek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain objek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menarik minat dari wisatawan untuk berkunjung di objek tersebut.

2) Something to do

Artinya agar wisatawan bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax, berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di tempat itu.

3) Something to buy

Artinya di tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja (*shopping*) terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal.

c. Unsur-Unsur Pariwisata

James J. Spillane (1987) dalam Budi (2013) menjelaskan lima unsur penting dalam industri pariwisata, yang disingkat menjadi FAITH, yaitu:

- 1) *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan): bangunan, hotel, restoran, toko souvenir dan fasilitas buatan manusia lainnya yang dirancang untuk menarik para pengunjung
- 2) *Attraction* (daya tarik): sungai, danau, pegunungan, pantai, dll yang memiliki keindahan dan mampu menarik para pengunjung untuk datang
- 3) *Infrastructure* (Infrastruktur): listrik, telekomunikasi, jalan, air minum untuk mendukung kebutuhan hotel, restoran, pertokoan dan pelayanan usaha wisata lainnya
- 4) *Transportation* (transportasi): sarana untuk mempermudah aksesibilitas wisatawan, seperti kereta, bus, dll.
- 5) *Hospitality* (keramahtamahan): iklim politik, budaya lokal, keamanan, dst yang membuat para pengunjung merasa nyaman dan menyenangkan.

d. Komponen Pariwisata

1) *Attraction* (Atraksi)

Atraksi adalah segala hal yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata. Atraksi terdiri dari apa yang pertama kali membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke sebuah kawasan. Atraksi dapat didasarkan pada sumber daya alam yang memiliki bentuk ciri-ciri fisik alam, dan keindahan kawasan itu sendiri. Selain itu, budaya juga dapat menjadi atraksi untuk menarik minat wisatawan datang, seperti hal-hal yang besejarah, agama, cara hidup masyarakat, tata cara pemerintahan, dan tradisi-tradisi

masyarakat baik dimasa lampau maupun di masa sekarang (Mill, 2000). Hampir setiap destinasi memiliki atraksi khusus yang tidak dapat dimiliki oleh destinasi lainnya.

2) *Accessibilities* (Akses)

Akses mencakup fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk menuju destinasi wisata, sehingga harus tersedia jasa seperti penyewaan kendaraan dan transportasi lokal, rute atau pola perjalanan (Cooper dkk, 2000).

3) *Amenities* (fasilitas pendukung)

Amenities adalah berbagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan di destinasi wisata. *Amenities* meliputi beragam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman (*food and Beverage*), tempat hiburan, tempat perbelanjaan (*retailing*), dan layanan lainnya seperti bank, rumah sakit, keamanan dan asuransi (Cooper dkk, 2000). Menurut Inskeep (1991) fasilitas (*facilities*) dan pelayanan lainnya (*other services*) di destinasi bisa terdiri dari biro perjalanan wisata, restaurant, retail outlet kerajinan tangan, souvenir, keunikan, keamanan yang baik, bank, penukaran uang (*money changer*), (*tourist infomation office*), rumah sakit, bar, tempat kecantikan. Setiap destinasi memiliki fasilitas yang berbeda, namun untuk melayani kebutuhan dasar wisatawan yang berkunjung, destinasi melengkapinya sesuai dengan karakteristik destinasi tersebut.

4) *Accommodation* (Penginapan)

Akomodasi dapat diartikan sebagai penginapan yang tentunya di satu destinasi dengan destinasi lainnya akan berbeda. Akomodasi yang umum dikenal adalah hotel dengan beragam fasilitas didalamnya. Akomodasi di desa wisata berbeda dengan akomodasi di destinasi lain. Akomodasi di desa wisata biasaya terdiri dari sebagian tempat tinggal para penduduk setempat atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk atau biasa dikenal dengan homestay.

Akomodasi untuk mendukung terselenggaranya kegiatan wisata di destinasi dapat terletak di lokasi desa wisata tersebut atau berada di dekat desa wisata. Jenis akomodasi di desa wisata dapat berupa bumi perkemahan, villa atau sebuah pondok wisata (Hadiwijoyo, 2012).

5) *Activities* (aktivitas)

Aktivitas berhubungan dengan kegiatan di destinasi yang akan memberikan pengalaman (*experience*) bagi wisatawan. Setiap destinasi memiliki aktivitas yang berbeda sesuai dengan karakteristik destinasi wisata tersebut (*Brown and Stange, TT*). Aktivitas wisata di destinasi merupakan kegiatan yang salah satunya menjadi daya tarik wisatawan untuk datang ke destinasi. Begitu juga dengan desa wisata, jenis aktivitas yang dilakukan berhubungan dengan karakteristik desa tersebut. Aktivitas yang umumnya dilakukan di desa wisata adalah mengikuti kegiatan kehidupan sehari-hari desa wisata.

6) *Ancillary Services*

Ancillary adalah dukungan yang disediakan oleh organisasi, pemerintah daerah, kelompok atau pengelola destinasi wisata untuk menyelenggarakan kegiatan wisata (Cooper dkk, 2000). Hal yang sama juga disampaikan oleh Wargenau dan Deborah dalam Sugiana (2011) bahwa *ancillary* adalah organisasi pengelola destinasi wisata. Organisasi pemerintah, asosiasi kepariwisataan, tour operator dan lain-lain.

e. **Jenis-Jenis Pariwisata**

1. Jenis pariwisata menurut letak geografis:

- 1) Pariwisata lokal (*local tourism*) yaitu jenis kepariwisataan yang ruang lingkungannya lebih sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja. Misal, kepariwisataan Jakarta, kepariwisataan Manado, Kepariwisataan Denpasar dll.
- 2) Pariwisata regional (*regional tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, dapat regional dalam lingkup nasional maupun

internasional. Misalnya Kepariwisata Bali, Jakarta, Manado dan lain-lain.

- 3) Pariwisata nasional (*national tourism*) yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, dimana pesertanya tidak hanya terdiri warga negaranya itu sendiri melainkan dari manca negara atau orang asing yang datang ke negara tersebut. Misalnya, kepariwisataan yang ada di daerah Indonesia.
 - 4) Pariwisata regional-internasional yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut. Misal, kepariwisataan ASEAN.
 - 5) Pariwisata internasional (*international tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang terdapat atau dikembangkan di banyak negara di dunia.
2. Menurut pengaruhnya terhadap Neraca Pembayaran:
- 1) Pariwisata aktif (*in bound tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala masuknya wisatawan asing ke suatu negara tertentu. Hal ini tentu akan mendapatkan masukan devisa bagi negara yang dikunjungi dengan sendirinya akan memperkuat posisi neraca pembayaran negara yang dikunjungi wisatawan. b) Pariwisata pasif (*out-going tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga negara itu sendiri bepergian ke luar negeri sebagai wisatawan. Karena ditinjau dari segi pemasukan, negara asal wisatawan akan dirugikan, karena uangnya akan dibelanjakan di luar negeri.
 - 2) Pariwisata Pasif (*out-going tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga negara itu sendiri bepergian ke luar negeri sebagai wisatawan. Karena ditinjau dari segi pemasukan, negara asal wisatawan

akan dirugikan, karena uangnya akan dibelanjakan di luar negeri.

3. Menurut Alasan/Tujuan Perjalanan:

- a) *Business tourism* yaitu pariwisata dimana pengunjung datang untuk tujuan dinas, usaha dagang yang berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar dan lain-lain.
- b) *Vacational tourism* yaitu jenis pariwisata dimana orang-orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur, cuti dan lain-lain.
- c) *Educational tourism* yaitu jenis pariwisata dimana pengunjung atau orang yang melakukan perjalanan bertujuan untuk studi atau mempelajari suatu bidang ilmu pengetahuan.

4. Menurut Saat atau Waktu Berkunjung:

- a) *Seasonal tourism* yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu. Misalnya *Summer tourist*, *Winter Tourist* dll.
- b) *Occasional tourism* yaitu kegiatan perjalanan wisatawan yang dihubungkan dengan kejadian maupun event. Misalnya, Nyepi di Bali dll.

5. Pembagian Menurut Objeknya:

- a) *Cultural tourism* yaitu jenis perjalanan pariwisata yang motivasinya karena ada daya tarik dari seni atau budaya daerah.
- b) *Recuperational tourism* yaitu perjalanan wisata yang motivasinya untuk menyembuhkan penyakit. Misal, mandi lumpur dll.
- c) *Commercial tourism* perjalanan wisata yang motivasinya untuk melakukan perjalanan yang berkaitan dengan perdagangan nasional maupun internasional.

- d) *Sport tourism* yaitu jenis perjalanan wisata yang motivasinya untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olah raga di suatu tempat tertentu.
 - e) *Polotical Tourism* yaitu jenis perjalanan wisata di mana motivasinya untuk melihat atau menyaksikan suatu peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara. Misalnya, menyaksikan peringatan kemerdekaan.
 - f) *Social tourism* yaitu jenis perjalanan wisata yang mana penyelenggaranya tidak menekankan untuk mencari keuntungan. Misalnya, piknik, study tour dll.
 - g) *Religion tourism*, yaitu perjalanan wisata yang motivasinya untuk menyaksikan atau melihat upacara-upacara keagamaan, seperti haji umroh, upacara bali krama dll.
6. Wisata Menurut Lokasi Yang Dituju:
- a) Wisata alam Yaitu perjalanan yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan lingkungannya sebagai objek tujuan wisata.
 - b) Yaitu wisata menikmati keindahan laut. Wisata Bahari Indonesia memiliki setidaknya 90 lebih objek kawasan wisata bahari menawarkan sebanyak 20 jenis atraksi berbasis marine pada program Visit Indonesia Year 2011. Sebanyak 20 jenis atraksi yang ditawarkan dalam wisata bahari adalah 11 obyek berupa diving, 5 objek untuk surfing, selancar angin 2 objek, dan sebanyak 2 objek lainnya memancing.
 - c) Wisata Sejarah Berkunjung ke tempat peninggalan sejarah seperti: museum, prasasti, candi, dll. Wisata sejarah sangat berkaitan erat dengan pengelolaan pusaka (heritage) sebagai warisan kebudayaan masa lalu atau peninggalan alam.
 - d) Wisata Religi Yaitu perjalanan mengunjungi tempat khusus bagi umat beragama.

- e) Wisata Budaya yaitu berwisata dengan tujuan mengenali adat dan budaya daerah setempat. Atau kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat di suatu daerah.
- f) Wisata Pendidikan Wisata pendidikan merupakan program wisata yang dipadukan dengan program pendidikan di dalamnya.
- g) Wisata Kuliner Mengunjungi tempat dimana tersedia makanan.

f. Objek Wisata

Potensi wisata menurut Mariotti dalam (Yoeti, 1983), adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata, dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang dan berkunjung ke tempat tersebut (Samuel dan Anom, 2016). Pengertian yang sama tentang potensi wisata sebagai segala yang dimiliki oleh suatu daya tarik wisata dan berguna untuk mengembangkan industri pariwisata di daerah (Sukardi, 1998). Berdasarkan pengertian tersebut, potensi wisata merupakan keadaan yang dapat mendukung perkembangan obyek wisata, seperti pemandangan alam yang indah, atraksi budaya, aksesibilitas menuju obyek wisata, kondisi bangunan dan fasilitas yang lengkap, tempat rekreasi, keramahan dan keamanan disekitar obyek wisata. Potensi objek dan daya tarik wisata dibedakan menjadi tiga (suryo Sakti Hadiwijoyo dalam Mawadatan Warohmah, 2012: 49):

1. Objek wisata alam

Objek wisata alam adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya. Contohnya: pengelolaan dan pemanfaatan taman nasional, taman wisata, taman hutan raya, dan taman laut.

2. Objek wisata sosial budaya

Objek wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, situs arkeologi, upacara adat, kerajinan dan seni pertunjukan

3. Objek wisata minat khusus

Objek wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus. Contohnya: wisata agro, wisata kesehatan.

g. Sapta Pesona Pariwisata

Sapta pesona merupakan jabaran konsep sadar wisata yang terkait dengan dukungan dan peran Masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata melalui perwujudan 7 unsur dalam Sapta Pesona. Tujuan diselenggarakan program Sapta Pesona adalah untuk meningkatkan kesadaran, rasa tanggung jawab segenap lapisan masyarakat, baik pemerintah, swasta maupun masyarakat luas untuk mampu bertindak dan mewujudkannya dalam kehidupan sehari-hari. Tujuh unsur dalam sapta pesona Pariwisata yaitu:

1. Aman

Suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata yang memberikan rasa tenang, bebas dari rasa takut dan kecemasan bagi para wisatawan.

2. Tertib

Kondisi Lingkungan dan Pelayanan di destinasi pariwisata yang mencerminkan sikap disiplin yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur serta efisien.

3. Bersih

Suatu Kondisi Lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan di destinasi Pariwisata yang mencerminkan keadaan yang sehat/Higienes.

4. Sejuk

Suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata yang mencerminkan keadaan yang sejuk dan teduh, memberikan rasa nyaman dan betah bagi wisatawan.

5. Indah

Kondisi lingkungan di destinasi pariwisata yang mencerminkan keadaan yang indah dan menarik yang akan memberikan rasa kagum dan kesan yang mendalam bagi wisatawan.

6. Ramah

Suatu kondisi lingkungan yang bersumber dari sikap masyarakat di destinasi pariwisata yang mencerminkan suasana yang akrab, terbuka, penerimaan yang tinggi kepada wisatawan.

7. Kenangan

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

h. Geopark

Berdasarkan *Global Geopark Network* (GGN) dan *European Geopark Network* (EGN) bahwa definisi Geopark adalah wilayah dengan batas yang didefinisikan dengan baik yang terdiri dari wilayah luas yang memungkinkan pembangunan lokal berkelanjutan, baik pada aspek sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan. Selanjutnya, menurut UNESCO (2006), Geopark adalah wilayah yang dapat didefinisikan sebagai kawasan lindung berskala nasional yang mengandung sejumlah situs warisan geologi penting yang memiliki daya tarik keindahan dan kelangkaan tertentu yang dapat dikembangkan sebagai bagian dari konsep integrasi konservasi, pendidikan, dan pengembangan ekonomi local. Berdasarkan beberapa definisi Geopark tersebut, secara singkat Geopark ini merupakan bentuk pemanfaatan ruang kawasan lindung yang juga merupakan sebuah kesempatan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. Didalam mewujudkan aspirasi Geopark, terdapat tiga pendekatan yang berbeda, yaitu, pelestarian/konservasi, pendidikan, dan pembangunan berkelanjutan.

Menurut Setyadi (2012) secara singkat Geopark ini merupakan bentuk pemanfaatan ruang kawasan lindung yang juga merupakan sebuah kesempatan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. Sedangkan

menurut Darsiharjo dkk. (2016) Geopark adalah taman bumi yang termasuk dalam kawasan konservasi, yang memiliki unsur geodiversity (keragaman geologi), biodiversity (keragaman hayati, dan cultural diversity (keragaman budaya)) yang di dalamnya memiliki aspek dalam bidang pendidikan sebagai pengetahuan di bidang ilmu kebumihutan pada keunikan dan keragaman warisan bumi dan aspek ekonomi dari peran masyarakat dalam pengelolaan kawasan sebagai geowisata.

2.1.2. Konsep Geografi Pariwisata

Geografi pariwisata menurut Leszezyeky merupakan kajian mengadakan kajian tentang lingkungan fisik yang bernilai bagi perkembangan rekreasi dan perjalanan wisata, mengkaji tentang aspek-aspek manusia yang bernilai untuk rekreasi dan perjalanan wisata, serta mengkaji tentang permasalahan sosial dan ekonomi yang ditimbulkan oleh adanya objek wisata dan perjalanan wisata (Nuryanti, 1996).

Geografi pariwisata kedudukannya dalam ilmu geografi secara tidak langsung bersinggungan dengan geografi ekonomi berperan penting dalam memahami dan mengkaji aktivitas ekonomi dari perspektif geografis, memberikan wawasan tentang bagaimana aktivitas ekonomi dipengaruhi oleh kondisi geografis dan bagaimana aktivitas tersebut mempengaruhi lingkungan geografis. Berbagai aktivitas ekonomi ini memunculkan kajian salah satunya geografi pariwisata dalam lingkup Geografi Ekonomi.

Elemen pariwisata dan lokasi geografi menurut Leiper dalam (Setiawina, 2014) menyebutkan tiga elemen penting pariwisata yaitu:

- 1) Wisatawan merupakan aktor utama dalam sistem pariwisata. Mereka melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk mengalami pengalaman yang berisi humanis, menyenangkan, dan tidak terlupakan. Wisatawan memiliki latar belakang sosial, budaya, dan ekonomi yang memengaruhi keputusannya untuk melakukan perjalanan ke destinasi tujuan.
- 2) Daerah Tujuan Wisata (*Tourist destination regions*) merupakan tempat utama di mana aktivitas wisatawan terjadi. Di sini, wisatawan melakukan kegiatan menarik seperti mengunjungi tempat-tempat menarik,

menggunakan fasilitas pendukung, dan mengalami pengalaman wisata yang beragam. Daerah tujuan wisata harus memiliki daya tarik yang kuat untuk menarik perhatian wisatawan dan memenuhi kebutuhan mereka selama perjalanan.

- 3) Daerah Transit, merupakan tempat persinggahan sementara bagi wisatawan sebelum mereka tiba di daerah tujuan wisata, daerah transit terbentuk karena jarak daerah asal dan daerah tujuan wisatawan yang jauh, pada daerah transit ini dapat dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata jika memiliki objek wisata yang menarik.

2.1.3. Alam dan Wisata

Pengertian wisata alam menurut (Kementerian Kehutanan, 2003) merupakan kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati gejala keunikan dan keindahan alam. Komponen wisata alam sendiri mempunyai beberapa komponen yang tidak bisa dipisahkan satu dengan yang lainnya. Pengertian tersebut memiliki makna bahwa kegiatan wisata alam diperoleh melalui kesadaran individu secara sukarela seperti yang dijelaskan oleh (cooper, 2008) seperti:

- 1) Atraksi wisata, dimana aspek ini merupakan aspek terpenting baik berupa buatan manusia atau alam yang memiliki nilai jual bagi wisatawan.
- 2) Fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh pengelola untuk wisatawan.
- 3) Akomodasi, makanan dan minuman tidak hanya tersedia dalam bentuk fisik, namun juga harus dapat menciptakan perasaan hangat dan memberikan kenangan pada lingkungan dan makanan setempat.
- 4) Aksesibilitas (jalan dan transportasi) yaitu kemudahan wisatawan untuk menuju ke lokasi wisata.
- 5) Faktor pendukung lainnya yang mencakup pemasaran, keamanan dan keselamatan bagi wisatawan di lokasi wisata.

2.1.4. Strategi Pengembangan Pariwisata

Dalam pengembangan suatu destinasi wisata diperlukan strategi. Strategi merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana pengelola

wisata akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing (Setiawan, 2015). Strategi pengembangan pariwisata adalah upaya upaya yang dilakukan dengan tujuan memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu obyek 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 (Pamularsi, 2021).

Strategi pengembangan pariwisata menurut teori Kanom adalah rencana yang komprehensif dan terintegrasi unsur pemerintah, swasta, masyarakat dan akademisi untuk menilai kendala bersyarat lingkungan eksternal dan internal pariwisata sehingga dapat menjadi destinasi wisata yang berkelanjutan dan berdaya daya saing yang tinggi. Strategi pengembangan pariwisata adalah langkah-langkah yang diambil untuk menggali dan mengembangkan potensi wisata yang ada di suatu daerah daerah, cara melakukannya bisa dalam bentuk melakukan perbaikan infrastruktur yang ada baik dari segi fisik dan non fisik, sehingga semua itu bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat berada di kawasan tujuan wisata.

Suatu tempat dapat dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata perlu memenuhi 4 (empat) komponen kepariwisataan yang disebut 4A, yakni Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ansilari (Sugiyama, 2014). Dalam kajian ini strategi pengembangan destinasi wisata didasarkan pada komponen 4A pariwisata sebagai berikut:

1) Atraksi

Atraksi wisata merujuk pada kegiatan, objek atau aktivitas yang dilakukan seseorang selama berwisata dan mampu memberikan kepuasan bagi pengunjung. Atraksi merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan ada tiga yaitu *Natural Resources* (alami), atraksi wisata budaya dan atraksi buatan manusia itu sendiri (Darmawan, 2019). Keberadaan atraksi menjadi

alasan serta motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata (DTW).

2) Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi wisata (Darmawan, 2019). Menurut Sugiana (2014), aksesibilitas adalah tingkat intensitas suatu daerah tujuan wisata atau destinasi dapat dijangkau oleh wisatawan.

3) Amenitas

Amenitas adalah berbagai fasilitas pendukung atau penunjang yang dibutuhkan oleh wisatawan di destinasi wisata. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain yang mungkin juga diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan, seperti toilet umum, rest area, tempat parkir, klinik kesehatan, dan sarana ibadah sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi (Darmawan, 2019).

4) Ansilari

Ansilari berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus destinasi wisata tersebut. Ini menjadi penting karena walaupun destinasi sudah mempunyai atraksi, aksesibilitas dan amenities yang baik, tapi jika tidak ada yang mengatur dan mengurus maka ke depannya pasti akan terbengkalai (Darmawan, 2019). Dalam hal ini ansilari dapat berupa kebijakan dan dukungan yang diberikan pemerintah atau organisasi untuk terselenggaranya kegiatan wisata.

2.2. Hasil Penelitian Yang Relevan

Berdasarkan studi literasi yang dilakukan peneliti, ditemukan tulisan yang berkaitan erat dengan penelitian ini. Dengan bertumpu pada penelitian terdahulu maka penulis mencoba untuk merapakan pada penelitian ini dengan karakteristik yang berbeda. Untuk membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis maka dapat dilihat Tabel 2.1.

Tabel 2. 1
Penelitian Yang Relevan

No	Aspek	Penelitian 1 (Skripsi)	Penelitian 2 (Skripsi)	Penelitian 3 (Jurnal)	Penelitian Terbaru
1.	Penulis	Evi Rusvitasari, Agus Solikhin	Dandi MaulanaSidiq	Apep Munawar	Rizal Fatoni
2.	Judul	Strategi Pengembangan Wisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Obyek Wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang	Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Ikon Taraju di Desa Taraju Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya.	Pengembangan Potensi Wisata Budaya Melalui Konsep City Tour di Kabupaten Ciamis	Strategi Pengemban gan Objek Wisata Mandala Buleud di Desa Sukamulih Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya
3.	Tahun	2014	2023	2024	2025
4.	Instansi	Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta	Universitas Siliwangi	Universitas Siliwangi	Universitas Siliwangi
5.	Rumusan Masalah	Faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat wisatawan untuk mengunjungi kawasan obyek wisata Umbul Sidomukti	Daya tarik wisata ikon taraju dan strategi pengembangan destinasi wisata ikon taraju.	potensi wisata berbasis budaya melalui konsep City Tour di Kabupaten Ciamis	potensi yang dimiliki pada objek wisata yang tersebar di Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya
6.	Metode Penelitian	metode kualitatif	Deskriptif Kuantitatif	Deskriptif Kuantitatif	Deskriptif Kuantitatif

(Sumber: Hasil Pengolahan data, 2024)

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang akan diukur maupun diamati dalam suatu penelitian. Sebuah kerangka konsep haruslah dapat memperlihatkan hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti (Ircham, 2022). Berdasarkan pada penyusunan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang didukung oleh kajian teoritis dan penelitian relevan yang telah dilakukan sebelumnya, dapat ditentukan skema kerangka konseptual untuk menentukan hipotesis dari penelitian yang akan dilakukan.

2.3.1 Kerangka Konseptual I



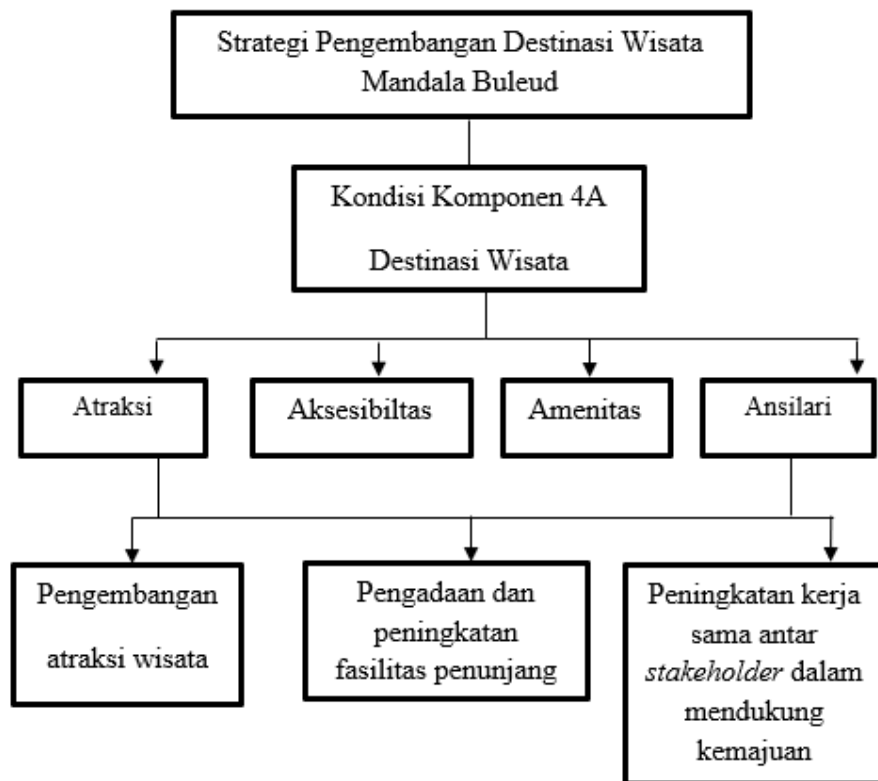
Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual I

(Sumber: Hasil Analisis, 2025)

Kerangka konseptual yang pertama didasarkan pada rumusan masalah yang pertama yaitu "Potensi apa saja yang dimiliki pada objek wisata Mandala Buleud di Desa Sukamulih Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya?". Potensi wisata Mandala Buleud di Desa Sukamulih kecamatan sariwangi meliputi daya tarik wisata alam yaitu Panorama alam, dan daya tarik wisata buatan yang

terdiri dari *camping Ground*, kolam renang cinta, Saung Karatuan, dan Museum Artefak Batu.

2.3.2 Kerangka Konseptual II



Gambar 2. 2
Kerangka Konseptual II

(Sumber: Hasil Analisis, 2025)

Kerangka konseptual yang kedua didasarkan pada rumusan masalah yang kedua yaitu “Bagaimanakah Strategi Pengembangan Objek Wisata Mandala Buleud di Desa Sukamulih Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya?”. Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Mandala Buleud berdasarkan pada kondisi 4A destinasi wisata adalah dengan pengembangan atraksi wisata, pengadaan dan peningkatan fasilitas penunjang wisata, dan peningkatan kerja sama antar *stakeholder* dalam mendukung kemajuan destinasi wisata.

2.4.Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kajian teoritis yang telah tersusun, maka penulis menentukan hipotesis sebagai berikut:

- 1) Potensi wisata Mandala Buleud di Desa Sukamulih kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya meliputi daya tarik wisata alam yaitu panorama alam dan daya tarik wisata buatan yang terdiri dari *camping Ground*, Saung Karatuan, Museum Artefak Batu, Kolam Renang Cinta.
- 2) Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Mandala Buleud di Desa Sukamulih Kecamatan Sariwangi Kabupaten Tasikmalaya adalah dengan pengembangan atraksi wisata, pengadaan dan peningkatan fasilitas penunjang wisata, serta peningkatan kerja sama antar *stakeholder* dalam mendukung kemajuan destinasi wisata.