

BAB II

LANDASAN TEORETIS

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Pariwisata dalam Kajian Geografi

2.1.1.1 Pengertian Geografi Pariwisata

Geografi pariwisata adalah studi yang menganalisis dan mendeskripsikan berbagai fenomena fisiografis (unsur-unsur lingkungan fisik) dan fenomena sosiografis (unsur-unsur lingkungan manusia atau sosial budayanya) yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai-nilai menarik untuk dikunjungi sehingga berkembang menjadi destinasi wisata (Arjana, G. B., 2015).

Geografi pariwisata menurut (Ahman Sya 2005) adalah cabang ilmu geografi regional yang mengkaji suatu wilayah atau region di permukaan bumi secara komperhensif, baik aspek fisis geografisnya maupun aspek manusianya. *Region* itu sendiri berarti wilayah di permukaan bumi yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat dibedakan dengan region atau wilayah di permukaan bumi yang lain. Karakteristik itu muncul bukan semata-mata oleh karena latar belakang kondisi faktor fisis geografis, akan tetapi juga sebagai akibat pola relasi atau hubungan antara manusia dengan alam lingkungan di region yang bersangkutan.

Dalam kajiannya yang lebih mendalam, geografi pariwisata tidak hanya mempelajari keberadaan suatu objek wisata secara deskriptif, melainkan juga menekankan pada integrasi antara unsur-unsur fisik dan unsur manusia yang secara bersama-sama membentuk daya tarik wisata. Unsur fisik mencakup kondisi alam seperti bentang lahan, iklim, topografi, hidrologi, flora, dan fauna, sedangkan unsur manusia meliputi aktivitas sosial, budaya, ekonomi, serta hasil karya manusia yang memberi makna terhadap ruang tersebut. Perpaduan kedua unsur ini melahirkan karakteristik destinasi yang mampu menghadirkan pengalaman atraktif, rekreatif, imajinatif, edukatif, maupun religius bagi wisatawan. Daya tarik atraktif tampak pada keindahan panorama atau keunikan lanskap, daya tarik rekreatif terlihat dari fungsi hiburan dan penyegaran, daya tarik imajinatif muncul melalui nilai simbolik dan cerita yang menyertai suatu tempat, daya tarik edukatif hadir melalui potensi

pembelajaran, sementara daya tarik religius berkaitan dengan nilai spiritual dan sakralitas suatu lokasi.

Dengan demikian, studi geografi pariwisata memiliki ciri khas yang berbeda dari cabang ilmu lainnya karena fokus utamanya terletak pada aspek keruangan (*spasial*). Muatan utama dalam kajian ini mencakup analisis tentang lokasi, *site*, dan *situation* suatu objek wisata. Lokasi merujuk pada letak absolut maupun relatif suatu objek di permukaan bumi, termasuk koordinat geografis serta posisinya terhadap wilayah lain. *Site* berkaitan dengan karakteristik internal suatu tempat, seperti kondisi fisik, bentuk lahan, sumber daya alam, serta fasilitas yang tersedia. Sementara itu, *situation* mengacu pada hubungan eksternal suatu objek dengan lingkungan sekitarnya, termasuk aksesibilitas, jaringan transportasi, kedekatan dengan pusat kegiatan ekonomi, serta keterkaitannya dengan objek wisata lain.

Lebih jauh lagi, geografi pariwisata juga menelaah relasi timbal balik antara objek wisata dengan manusia sebagai pelaku sekaligus pengguna ruang. Interaksi ini mencakup bagaimana masyarakat lokal memanfaatkan potensi wilayahnya, bagaimana wisatawan merespons karakter ruang yang dikunjungi, serta bagaimana dinamika tersebut memengaruhi perkembangan ekonomi, sosial, dan budaya setempat. Dalam konteks regional, suatu objek wisata tidak berdiri sendiri, melainkan terhubung dengan wilayah lain melalui sistem jaringan yang saling memengaruhi. Keterkaitan antarwilayah ini dapat berupa arus wisatawan, distribusi informasi, kerja sama promosi, hingga integrasi dalam paket perjalanan yang menghubungkan beberapa destinasi sekaligus.

Oleh karena itu, geografi pariwisata memandang ruang sebagai suatu sistem yang kompleks dan dinamis. Setiap perubahan pada salah satu unsur, baik fisik maupun sosial, akan berdampak pada keseluruhan sistem pariwisata di suatu region. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap potensi, tantangan, dan keberlanjutan suatu destinasi. Dengan memperhatikan aspek lokasi, *site*, *situation*, serta hubungan antarobjek dan interaksi manusia di dalamnya, geografi pariwisata mampu memberikan pemahaman yang utuh

mengenai bagaimana suatu wilayah berkembang sebagai destinasi wisata serta bagaimana pengelolaannya dapat diarahkan secara berkelanjutan.

2.1.1.2 Pengertian Pariwisata

Secara etimologis, istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri atas dua kata, yaitu *pari* dan *wisata*. Kata *pari* berarti “berulang-ulang”, “berkeliling”, atau “banyak”, sedangkan *wisata* berarti “perjalanan” atau “bepergian”. Berdasarkan pengertian tersebut, pariwisata dapat dimaknai sebagai suatu perjalanan yang dilakukan secara berulang atau berkeliling dari satu tempat ke tempat lain dalam jangka waktu tertentu. Dalam bahasa Inggris, istilah ini dikenal dengan kata *tour*, sedangkan pengertian yang lebih luas disebut *tourism* atau *tourisme* (Yoeti, 1996). Konsep pariwisata pada hakikatnya tidak hanya berkaitan dengan aktivitas perpindahan seseorang dari daerah asal menuju daerah tujuan, tetapi juga mencakup berbagai aktivitas yang timbul akibat adanya interaksi antara wisatawan dengan lingkungan destinasi wisata. Interaksi tersebut melibatkan unsur sosial, budaya, ekonomi, dan lingkungan yang saling memengaruhi dalam membentuk pengalaman wisata. Oleh karena itu, pariwisata berkembang menjadi suatu fenomena multidimensional yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi dan hiburan, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan wilayah, peningkatan kesejahteraan masyarakat, pelestarian budaya, serta pengembangan potensi lokal suatu daerah.

Widari (2022) menjelaskan bahwa pariwisata berkembang melalui interaksi sosial antara wisatawan dan masyarakat lokal yang kemudian menimbulkan dampak sosial budaya dalam pengembangan destinasi wisata. Pariwisata dapat dipahami sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang ke luar dari tempat tinggalnya untuk sementara waktu, dengan tujuan memperoleh pengalaman, kesenangan, pengetahuan, atau manfaat tertentu. Aktivitas ini tidak hanya sebatas berpindah tempat, tetapi juga mencakup interaksi dengan lingkungan, budaya, dan Masyarakat yang ada di destinasi.

Secara umum, pariwisata dapat dimaknai sebagai suatu rangkaian aktivitas perjalanan yang mempertemukan wisatawan dengan daerah tujuan yang memiliki keunikan dan daya pikat tertentu. Suatu destinasi tidak hanya dinilai dari keindahan

alam atau kekayaan budayanya, tetapi juga dari kelengkapan fasilitas, aksesibilitas, serta pelayanan yang mampu menunjang kenyamanan pengunjung. Pertemuan antara wisatawan dan ruang tujuan tersebut melahirkan pengalaman yang bersifat personal dan berkesan, baik dalam bentuk kenangan visual, pembelajaran baru, maupun keterlibatan emosional terhadap suasana dan kehidupan masyarakat setempat.

Lebih dari sekadar perpindahan lokasi, pariwisata merupakan proses interaksi sosial yang dinamis. Di dalamnya terjadi komunikasi, pertukaran pandangan, serta berbagi cerita antara tamu dan tuan rumah. Wisatawan membawa latar belakang budaya, kebiasaan, dan perspektif yang berbeda, sementara masyarakat lokal menawarkan nilai-nilai tradisi, kearifan lokal, serta identitas wilayahnya. Interaksi ini pada akhirnya menciptakan ruang dialog yang memperkaya wawasan kedua belah pihak.

Di samping dimensi sosial dan budaya, pariwisata juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan. Kehadiran wisatawan mendorong tumbuhnya berbagai sektor usaha, seperti akomodasi, kuliner, transportasi, kerajinan, dan jasa pemandu wisata. Aktivitas tersebut membuka peluang kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat perputaran ekonomi di tingkat lokal maupun regional. Oleh karena itu, pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan yang mampu mempertemukan kepentingan sosial, budaya, dan ekonomi dalam satu kesatuan yang saling mendukung.

2.1.2 Jenis Pariwisata

2.1.2.1 Wisata Alam

Wisata alam merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami atau sudah ada usaha budidaya, agar ada daya tarik wisata ke tempat tersebut. Wisata dalam bahasa Inggris disebut *tour* yang secara etimologi berasal dari kata *torah* (Ibrani) yang berarti belajar, *tornus* (bahasa Latin) yang berarti alat untuk membuat lingkaran, dan dalam bahasa Perancis kuno disebut *tour* yang berarti mengelilingi sirkuit. Pada umumnya orang memberi padanan kata wisata dengan

rekreasi, wisata adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan wisata (Suyitno,2001). Wisata alam adalah bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam, baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya, sehingga memungkinkan wisatawan memperoleh kesegaran jasmaniah dan rohaniah, mendapatkan pengetahuan dan pengalaman serta menumbuhkan inspirasi dan cinta terhadap alam.

Wisata alam merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami atau sudah ada usaha budidaya, agar ada daya tarik wisata ke tempat tersebut. Wisata alam digunakan sebagai penyeimbang hidup setelah melakukan aktivitas yang sangat padat, dan suasana keramaian kota. Sehingga dengan melakukan wisata alam tubuh dan pikiran kita menjadi segar kembali dan bisa bekerja dengan lebih kreatif lagi karena dengan wisata alam memungkinkan kita memperoleh kesenangan jasmani dan rohani. Dalam melakukan wisata alam kita harus melestarikan area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya masyarakat setempat sehingga bias menjadi Desa wisata, agar desa tersebut memiliki potensi wisata yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti alat transportasi atau penginapan.

Daya tarik wisata alam yaitu pemandangan alam seperti bentuk lahan, flora dan fauna, dan objek buatan manusia seperti cathedrals, monumenmonumen, bangunan bersejarah dan taman hiburan (Warpani, 2007). Sedangkan menurut Helmut (2000) daya tarik wisata alam yaitu laut, pantai, gunung, gunung berapi, danau, sungai, flora, fauna, kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain. Selanjutnya Gunn (1993) mengemukakan daya tarik wisata alam yaitu air mancur, kolam, sungai, danau, air terjun, laut, bukit, gunung dan lembah, vegetasi, margasatwa dan iklim.

Tabel II.1 Jenis Kegiatan dan Unsur Daya Tarik Wisata Alam

No	Kategori Wisata	Jenis Kegiatan/Unsur Daya Tarik
1	Kegiatan Wisata Alam Hutan	1. Berkemah 2. Mendaki gunung 3. Menikmati keindahan alam 4. Pengamatan satwa liar

No	Kategori Wisata	Jenis Kegiatan/Unsur Daya Tarik
		5. Mengamati tumbuhan seperti anggrek dan rafflesia 6. <i>Tracking</i> 7. Lintas alam/jelajah hutan 8. Pengamatan burung 9. Mendengarkan kicauan burung 10. Memotret 11. Menikmati hamparan hutan
2	Kegiatan Wisata Alam Bahari	1. Mendengarkan deburan ombak 2. Menikmati kuliner laut 3. Memancing 4. Bersampan 5. <i>Diving</i> 6. Berselancar 7. Bersepeda air 8. <i>Swimming</i> 9. Pengamatan biota laut, karang, ikan, dan lamun 10. Pengamatan permukiman air 11. Berjemur 12. Voli pantai 13. Pengamatan hutan bakau
3	Unsur Daya Tarik Wisata Darat	1. Keunikan alam 2. Keunikan sumber daya alam 3. Keragaman sumber daya alam yang menarik 4. Keutuhan sumber daya alam 5. Tingkat kepekaan atau kerusakan sumber daya alam 6. Variasi kegiatan wisata dan rekreasi 7. Kebersihan lokasi 8. Keamanan Kawasan
4	Unsur Daya Tarik Wisata Taman Laut	1. Keindahan alam 2. Keanekaragaman jenis biota 3. Keunikan dan keindahan bawah laut 4. Keutuhan potensi alam 5. Kejernihan air 6. Keseragaman kedalaman lokasi 7. Keindahan dan kenyamanan pantai 8. Kebersihan
5	Unsur Daya Tarik Wisata Pantai	1. Keindahan pantai 2. Keselamatan dan keamanan pantai 3. Jenis dan warna pasir 4. Variasi kegiatan wisata

No	Kategori Wisata	Jenis Kegiatan/Unsur Daya Tarik
		5. Kebersihan 6. Lebar pantai 7. Kenyamanan
6	Unsur Daya Tarik Wisata Danau	1. Keindahan 2. Kenyamanan 3. Keselamatan 4. Stabilitas air sepanjang tahun 5. Kebersihan air dan lingkungan 6. Variasi kegiatan di lingkungan danau 7. Kekhasan lingkungan danau
7	Unsur Daya Tarik Wisata Gua Alam	1. Keunikan dan kelangkaan 2. Keaslian 3. Keindahan dan keragaman 4. Kepekaan lingkungan

Sumber: Hasil Studi Pustaka 2025

2.1.2.2 Wisata Sejarah, Seni, dan Budaya

Menurut Sucipto dan Limbeng (2007) dalam Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh sebagian atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan religi diartikan sebagai sistem yang terdiri dari konsep-konsep yang dipercayai dan menjadi keyakinan secara mutlak suatu umat dan pemukapemuka yang melaksanakannya.

Kuntowijoyo menyatakan bahwa sejarah memiliki peranan penting dalam memberikan pemahaman terhadap kondisi masa kini melalui pembelajaran dari pengalaman masa lalu. Melalui pemahaman sejarah, manusia dapat menjadi lebih bijaksana dalam mengambil keputusan serta merencanakan kehidupan di masa depan. Rekonstruksi sejarah diperlukan untuk “memetakan masa kini dan masa depan”, yaitu dengan mempelajari berbagai kegagalan dan keberhasilan yang pernah dialami generasi terdahulu agar dapat dijadikan pelajaran dalam menyusun kehidupan yang lebih baik. Dengan demikian, generasi sekarang diharapkan tidak mengulangi kesalahan yang sama seperti yang pernah terjadi pada generasi sebelumnya (Kuntowijoyo, 2005).

Wisata budaya dapat dipahami sebagai aktivitas perjalanan yang didorong oleh ketertarikan wisatawan terhadap berbagai wujud kebudayaan yang hidup dan

berkembang di suatu daerah. Daya tarik utamanya bukan semata-mata pada panorama alam, melainkan pada kekayaan nilai, tradisi, dan ekspresi budaya masyarakat setempat. Objek-objek yang menjadi pemicu kegiatan wisata ini dapat berupa adat istiadat, upacara tradisional, praktik keagamaan, pola kehidupan sehari-hari, peninggalan sejarah, karya seni, hingga kerajinan rakyat yang diwariskan secara turun-temurun. Keunikan dan keaslian unsur-unsur tersebut menghadirkan pengalaman yang berbeda bagi pengunjung, karena mereka dapat menyaksikan secara langsung identitas dan karakter suatu komunitas.

Dalam konteks ini, kebudayaan merupakan suatu sistem yang utuh dan kompleks yang di dalamnya mencakup berbagai unsur yang saling berkaitan, seperti pengetahuan, keyakinan, kesenian, nilai moral, hukum, adat istiadat, serta berbagai kemampuan dan kebiasaan yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat (Koentjaraningrat, 2009). Kebudayaan tidak hanya berwujud benda atau artefak, tetapi juga meliputi gagasan, nilai, dan pola perilaku yang menjadi pedoman hidup bersama dalam kehidupan sosial masyarakat. Oleh sebab itu, wisata budaya pada dasarnya merupakan proses perjumpaan antara wisatawan dengan keseluruhan sistem kehidupan masyarakat yang memiliki karakteristik budaya tertentu.

Lebih jauh lagi, wisata budaya berperan sebagai sarana pelestarian sekaligus pengenalan warisan budaya kepada khalayak yang lebih luas. Melalui kegiatan wisata budaya, masyarakat lokal memiliki kesempatan untuk mempertahankan tradisi dan kearifan lokalnya sekaligus memperoleh manfaat ekonomi dari kunjungan wisatawan. Di sisi lain, wisatawan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai keragaman budaya sehingga dapat menumbuhkan sikap saling menghargai dan toleransi antarbudaya. Dengan demikian, wisata budaya tidak hanya menjadi bentuk rekreasi, tetapi juga berfungsi sebagai wahana edukasi dan penguatan identitas budaya dalam kerangka pembangunan berkelanjutan (Pitana&Gayatri, 2005).

Berdasarkan pemahaman tersebut, produk wisata berbasis sejarah dan warisan budaya dapat diartikan sebagai segala bentuk produk wisata yang dihasilkan oleh pelaku budaya dan pariwisata yang ditawarkan kepada wisatawan

yang memiliki motivasi khusus untuk memperoleh pengalaman terhadap nilai-nilai sejarah dan warisan budaya melalui proses pertukaran budaya. Produk wisata ini mencakup berbagai daya tarik sejarah dan budaya yang dikemas dalam suatu destinasi wisata dalam kurun waktu tertentu. Dalam praktiknya, produk wisata sejarah dan warisan budaya tidak hanya menghadirkan daya tarik utama (*major attraction*) berupa unsur sejarah dan budaya, tetapi juga dikombinasikan dengan daya tarik alam maupun buatan sebagai daya tarik pendukung (*minor attraction*) guna memperkuat pengalaman wisata yang diperoleh pengunjung (Yoeti, 2006).

Pemahaman mengenai produk budaya, khususnya yang berkaitan dengan warisan budaya (*cultural heritage*), menurut UNESCO dibedakan menjadi dua bentuk utama, yaitu warisan budaya benda (*tangible cultural heritage*) dan warisan budaya takbenda (*intangible cultural heritage*) (UNESCO, 2003). Warisan budaya benda dipahami sebagai warisan berupa artefak fisik dan atribut material yang diwariskan dari generasi masa lalu, dipertahankan pada masa kini, serta dilestarikan untuk kepentingan generasi mendatang. Warisan budaya benda ini meliputi: (a) warisan budaya bergerak (*moveable cultural heritage*), seperti lukisan, patung, manuskrip, dan benda seni lainnya; (b) warisan budaya tidak bergerak (*immoveable cultural heritage*), seperti monumen, situs arkeologi, dan bangunan bersejarah; serta (c) warisan budaya bawah laut (*underwater cultural heritage*), seperti kapal karam dan situs peninggalan bawah laut.

Sementara itu, warisan budaya takbenda (*intangible cultural heritage*) dipahami sebagai praktik, representasi, ekspresi, pengetahuan, keterampilan, serta berbagai instrumen, objek, artefak, dan ruang budaya yang diakui oleh masyarakat sebagai bagian dari warisan budayanya (UNESCO, 2003). Warisan budaya takbenda diwariskan secara turun-temurun dan terus diciptakan kembali oleh masyarakat sebagai bentuk respons terhadap lingkungan, alam, dan sejarah sosial budaya setempat. Bentuk warisan budaya takbenda tersebut meliputi tradisi lisan, seni pertunjukan, praktik sosial, ritual dan festival, pengetahuan tentang alam semesta, serta keterampilan kerajinan tradisional.

Agar kebudayaan tetap lestari dan keberadaannya terus terjaga, diperlukan berbagai upaya yang mencakup perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan

budaya. Perlindungan dilakukan untuk menjaga hasil-hasil budaya agar tidak hilang atau rusak, pengembangan dilakukan melalui peningkatan mutu dan perluasan khazanah budaya, sedangkan pemanfaatan diarahkan pada penggunaan hasil budaya, termasuk menjadikannya sebagai daya tarik wisata (Yoeti dkk., 2006). Dengan demikian, kebudayaan dapat dipahami sebagai suatu sistem yang hidup dan berkembang dalam kehidupan masyarakat, yang memiliki mekanisme, fungsi, serta tujuan tertentu dalam mempertahankan identitas dan keberlanjutan suatu komunitas budaya.

2.1.2.3 Wisata Buatan

Keberhasilan suatu destinasi wisata dalam menarik minat wisatawan pada dasarnya dapat diukur melalui berbagai indikator yang saling berkaitan, seperti citra destinasi, kualitas pelayanan, aksesibilitas, serta tingkat kepuasan wisatawan (Pitana&Gayatri, 2005). Salah satu indikator awal yang dapat diamati adalah tingginya minat masyarakat dalam mencari informasi mengenai destinasi wisata melalui media sosial, situs web, ulasan perjalanan, maupun rekomendasi dari pihak lain. Semakin besar ketertarikan publik terhadap suatu destinasi, maka semakin kuat pula daya tarik awal yang dimiliki destinasi tersebut. Dalam hal ini, citra (*image*) dan reputasi destinasi memegang peranan penting karena persepsi positif mampu mendorong rasa ingin tahu dan minat berkunjung wisatawan (Kotler, Bowen&Makens, 2014).

Selain minat terhadap informasi, keberhasilan destinasi wisata juga tercermin dari kualitas produk layanan yang ditawarkan kepada wisatawan. Produk layanan tersebut mencakup akomodasi, transportasi, fasilitas rekreasi, layanan pemandu wisata, kuliner khas, hingga paket wisata yang disusun secara tematik. Wisatawan pada umumnya tidak hanya mempertimbangkan keindahan dan keunikan destinasi, tetapi juga menilai sejauh mana fasilitas dan pelayanan mampu memberikan kenyamanan selama perjalanan wisata. Oleh karena itu, ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai, pelayanan yang profesional, serta kemudahan akses menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung (Cooper et al., 2008).

Lebih lanjut, wisatawan biasanya mempertimbangkan manfaat (*benefit*) yang diperoleh dari kegiatan wisata yang dilakukan. Manfaat tersebut dapat berupa manfaat fisik, psikologis, sosial, maupun edukatif. Perjalanan wisata sering dipandang sebagai sarana rekreasi untuk mengurangi kejenuhan, menyegarkan pikiran, serta memberikan pengalaman baru melalui interaksi dengan lingkungan dan budaya setempat. Selain itu, kegiatan wisata juga dapat mempererat hubungan sosial serta memberikan pengalaman pembelajaran yang memperluas wawasan budaya dan pengetahuan wisatawan (Suwena&Widyatmaja, 2017).

Keberhasilan destinasi wisata juga dapat dilihat dari tingkat kepuasan dan kepercayaan wisatawan terhadap kualitas pengalaman yang diperoleh. Apabila terdapat kesesuaian antara promosi dengan kondisi nyata di lapangan, maka wisatawan akan merasa puas dan berpotensi melakukan kunjungan ulang (*repeat visit*) serta memberikan rekomendasi kepada orang lain melalui promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Sebaliknya, ketidaksesuaian antara ekspektasi dan pengalaman wisata dapat memberikan dampak negatif terhadap citra destinasi dalam jangka panjang (Middleton&Clarke, 2001).

Di era digital, keberhasilan destinasi wisata juga dapat dianalisis melalui interaksi daring, seperti jumlah pencarian informasi, ulasan, *rating*, dan tingkat keterlibatan (*engagement*) wisatawan di berbagai platform digital. Data tersebut dapat menunjukkan tingkat perhatian dan antusiasme masyarakat terhadap suatu destinasi wisata. Namun demikian, keberhasilan destinasi tidak hanya diukur dari popularitas, tetapi juga dari kontribusinya terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal dan keberlanjutan pengembangan pariwisata (UNWTO, 2019).

Secara keseluruhan, keberhasilan suatu destinasi wisata dalam menarik wisatawan merupakan hasil sinergi antara citra destinasi, kualitas produk layanan, manfaat yang diperoleh wisatawan, serta tata kelola destinasi yang baik. Ketiga aspek tersebut saling mendukung dalam membentuk daya saing destinasi di tengah persaingan industri pariwisata yang semakin kompetitif. Dengan demikian, pengelolaan destinasi wisata perlu dilakukan secara berkelanjutan agar mampu meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan wisatawan (Gunn, 1994).

2.1.3 Konsep Pariwisata

Secara etimologis, istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri atas dua kata, yaitu *pari* dan *wisata*. Kata *pari* berarti “berulang-ulang”, “berkeliling”, atau “banyak”, sedangkan *wisata* berarti “perjalanan” atau “bepergian”. Berdasarkan pengertian tersebut, pariwisata dapat dimaknai sebagai suatu perjalanan yang dilakukan secara berulang atau berkeliling dari satu tempat ke tempat lain dalam jangka waktu tertentu. Dalam bahasa Inggris, istilah ini dikenal dengan kata *tour*, sedangkan pengertian yang lebih luas disebut *tourism* atau *tourisme* (Yoeti, 1996). Pariwisata pada dasarnya merupakan suatu fenomena sosial yang muncul akibat adanya interaksi antara wisatawan, masyarakat lokal, pelaku industri pariwisata, dan pemerintah dalam menyediakan berbagai fasilitas serta layanan yang mendukung kegiatan wisata (Ismayanti, 2010). Dengan demikian, pariwisata tidak hanya dipahami sebagai aktivitas perjalanan semata, tetapi juga sebagai suatu sistem yang melibatkan berbagai unsur sosial, budaya, ekonomi, dan lingkungan yang saling berkaitan dalam mendukung keberlangsungan suatu destinasi wisata.

Pariwisata pada dasarnya Adalah aktivitas manusia dalam melakukan perjalanan ke suatu empat di luar lingkungan sehari-hari, dengan tujuan mendapatkan pengalaman baru, baik berupa hiburan, Pendidikan, petualangan, maupun interaksi sosial. Konsep ini mencakup rangkaian kegiatan mulai dari perjalanan menuju Lokasi, interaksi dengan Masyarakat setempat, hingga pengalaman yang dirasakan selama berada di destinasi.

Lebih dari sekedar perjalanan, pariwisata merupakan sebuah sistem yang melibatkan wisatawan, destinasi, masyarakat lokal, serta sarana pendukung seperti transportasi dan akomodasi. Keberhasilan pariwisata ditentukan oleh sejauh mana interaksi tersebut mampu menciptakan kepuasan bagi wisatawan, sekaligus memberikan manfaat nyata bagi Masyarakat dan lingkungan di destinasi tersebut.

2.1.3.1 Syarat Pariwisata

Menurut Maryani (1991:11) syarat-syarat pariwisata yaitu:

1. *What to see*

Di tempat 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*

Ditempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama di tempat itu.

3. *What to buy*

Tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang *souvenir* dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa 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 wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur. Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel berbintang atau hotel non berbintang dan sebagainya.

2.1.3.2 Konsep Daya Tarik Wisata

Daya Tarik wisata di suatu daerah atau negara ditimbulkan oleh unsur-unsur geografi yang timbul karena proses alami dan proses budayawi. Ilmu geografi banyak memberi sumbangan pada bidang kajian lain, termasuk dalam bidang pariwisata sehingga di perguruan tinggi baik di fakultas, jurusan atau program studi geografi, ada mata kuliah geografi pariwisata. Di sini banyak dikaji bagaimana unsur-unsur geografi suatu wilayah terbentuk sampai pada wujudnya sekarang yang berkembang dari produk menjadi atraksi dan obyek wisata.

Dalam konteks pariwisata produk itu memiliki daya tarik yang dikelompokkan menjadi daya tarik natural atau alami (*natural attraction*), daya

tarik budaya (*cultural attraction*), dan daya tarik yang sengaja dibuat (*artificial attraction*). Obyek-obyek wisata dapat di golongkan menjadi daya tarik wisataalam, daya tarik wisata penyelenggara.

Daya tarik wisata dapat dimaknai sebagai segala sesuatu yang membuat seseorang terdorong untuk datang dan berkunjung ke suatu tempat. Unsurnya tidak selalu berupa keindahan alam semata, tetapi juga bisa berasal dari buaya, Sejarah, kegiatan, maupun suasana khas yang tidak dapat ditemukan di lokasi lain. Konsep ini menekankan bahwa daya tarik terbentuk dari perpaduan faktor fisik (alam, bangunan, fasilitas), faktor non-fisik (keramahan masyarakat, tradisi, cerita lokal), dan pengalaman yang dirasakan langsung oleh wisatawan. Semakin unik an autentik suatu destinasi dalam menghadirkan pengalaman, semakin tinggi pula nilai daya tariknya.

2.1.4 Teori Strategi Pemberdayaan

Konsep pemberdayaan lahir dari proses interaksi, baik pada tataran ideologis maupun praktis. Pada tingkat ideologis, konsep ini terbentuk melalui pertemuan antara pendekatan *top-down* dan *bottom-up*, serta antara strategi pertumbuhan (*growth strategy*) dan strategi yang berorientasi pada masyarakat (*people-centered strategy*). Sementara itu, pada ranah praksis, interaksi tersebut tampak dalam dinamika dan pergeseran otonomi. Dengan demikian, konsep pemberdayaan pada hakikatnya mengandung keberpihakan terhadap kelompok masyarakat yang berada di bawah garis kemiskinan.

Menurut Riyadi (2001), istilah *empowerment* atau pemberdayaan, jika ditelaah secara lebih mendalam, memuat dua landasan utama, yaitu pendekatan positivistik dan pendekatan interaktif. Pendekatan positivistik cenderung menggunakan analisis kuantitatif. Dalam kerangka ini terdapat beberapa strategi, di antaranya *growth strategy*, yaitu model pembangunan yang menitikberatkan pada pertumbuhan ekonomi dengan indikator seperti *Gross National Product* (GNP) untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu negara; *employment program*, yang berfokus pada aspek ketenagakerjaan sebagai ukuran penting dalam pembangunan; serta *basic needs strategy*, yaitu strategi yang memprioritaskan pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat.

Adapun pendekatan interaktif lebih menekankan analisis kualitatif dalam memandang pembangunan. Dalam perspektif ini, terdapat beberapa unsur pokok. Pertama, *empowerment*, yang menyoroti upaya meningkatkan kapasitas dan kemandirian masyarakat agar mampu memperbaiki taraf hidupnya. Kedua, *sustainability*, yang menekankan pentingnya keberlangsungan pembangunan dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan demi generasi mendatang. Ketiga, *technology approach*, yaitu pemanfaatan teknologi sebagai sarana pendukung dalam proses pembangunan (Maani, 2011).

2.1.4.1 Community-Based Tourism (CBT)

2.1.4.1.1 Definisi dan Konsep Dasar CBT

Menurut Suansri (2003:14) *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial, dan budaya dalam komunitas. *Community Based Tourism* (CBT) merupakan alat bagi Pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan.

Community-Based Tourism (CBT) adalah bentuk pariwisata yang memberi kesempatan lokal kepada masyarakat untuk ikut serta dalam segala aspek pengembangan, pengelolaan, dan pengambilan keputusan, supaya manfaat ekonomi, sosial, dan budaya pariwisata bisa dinikmati secara langsung oleh komunitas setempat. Menurut Goodwin & Santilli (2009), *Community-Based Tourism* (CBT) dapat didefinisikan sebagai pariwisata yang dimiliki dan / atau dikelola oleh komunitas, selain itu dirancang agar membawa manfaat yang lebih luas bagi komunitas tersebut, bukan hanya bagi individu atau pihak luar.

Melalui pendekatan ini, masyarakat tidak lagi diposisikan hanya sebagai “obyek” wisata, melainkan sebagai “subyek” yang memiliki hak dalam menentukan arah pengembangan pariwisata di wilayahnya. Dengan demikian, *Community-Based Tourism* (CBT) berkontribusi dalam menciptakan rasa kepemilikan (*sense of ownership*) dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga kelestarian sumber daya lokal.

2.1.4.1.2 Prinsip-prinsip Utama CBT

Terdapat beberapa prinsip *Community Based Tourism* (CBT) menurut WTO (2005) dan Suansri (2003) dalam gagasannya yaitu:

- (1) Mengakui, mendukung dan mengembangkan kepemilikan komunitas dalam industri pariwisata.
- (2) Mengikutsertakan anggota komunitas dalam memulai setiap aspek
- (3) Mengembangkan kebanggaan komunitas
- (4) Mengembangkan kualitas hidup komunitas
- (5) Menjamin keberlanjutan lingkungan
- (6) Mempertahankan keunikan karakter dan budaya di area lokal
- (7) Membantu berkembangnya pembelajaran tentang pertukaran budaya pada komunitas
- (8) Menghargai perbedaan budaya dan martabat manusia
- (9) Mendistribusikan keuntungan secara adil pada anggota komunitas
- (10) Berperan dalam menentukan presentas pendapatan (pendistribusian pendapatan) dalam proyek yang ada di komunitas.

Terdapat 5 prinsip yang menjai aspek utama dalam pengembangan *Community Based Tourism* (CBT) menurut UNEP dan WTO, dikutip dari Suansri (2003:21-22) diantaranya:

1. Ekonomi

Prinsip ekonomi dengan indikatornya:

- a. Timbulnya dana untuk pengembangan komunitas
- b. Terciptanya lapangan pekerjaan sektor pariwisata
- c. Timbulnya pendapatan masyarakat lokal

2. Sosial

Prinsip sosial dengan indikatornya:

- a. Terdapat peningkatan kualitas hidup
- b. Peningkatan kebanggaan komunitas
- c. Pembagian peran yang adil antara laki-laki dan Perempuan
- d. Generasi muda dan tua terdapat penguatan organisasi

3. Budaya

Prinsip budaya dengan indikatornya:

- a. Mendorong masyarakat untuk menghormati budaya yang berbeda
- b. Mendorong berkembangnya pertukaran budaya

- c. Adanya budaya pembangunan yang melekat erat dalam budaya lokal

4. Lingkungan

Pinsip Lingkungan dengan indikatornya:

- a. Pengembangan carrying capacity area
- b. Terdapat sistem pembuangan sampah yang ramah lingkungan
- c. Kepedulian tentang pentingnya konservasi

5. Politik

- a. Terdapat Upaya peningkatan partisipasi dari penduduk lokal
- b. Terdapat Upaya untuk meningkatkan kekuasaan komunitas yang lebih luas
- c. Terdapat mekanisme yang menjamin hak-hak Masyarakat lokal dalam pengelolaan sumberdaya alam.

2.1.4.1.3 Manfaat CBT Bagi Masyarakat Lokal dan Lingkungan

Community Based Tourism (CBT) adalah suatu bentuk pariwisata yang melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata, sehingga manfaatnya dapat dirasakan langsung oleh masyarakat lokal (Manyara & Jones, 2007). Berikut beberapa manfaat *Community-Based Tourism* (CBT) bagi masyarakat lokal dan lingkungan:

Manfaat bagi Masyarakat Lokal:

- a. Peningkatan pendapatan: *Community-Based Tourism* (CBT) dapat meningkatkan pendapatan masyarakat lokal melalui penjualan produk dan jasa wisata (Okazaki, 2008).
- b. Peningkatan kesadaran dan partisipasi: *Community-Based Tourism* (CBT) dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata (Salazar, 2012).
- c. Peningkatan kualitas hidup: *Community-Based Tourism* (CBT) dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal melalui peningkatan pendapatan, pendidikan, dan kesehatan (Tolkach & King, 2015).
- d. Pelestarian budaya: *Community-Based Tourism* (CBT) dapat membantu melestarikan budaya dan tradisi masyarakat lokal melalui promosi dan pengembangan produk wisata budaya (Goodwin & Santilli, 2009).

Manfaat bagi Lingkungan:

- a. Pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan: *Community-Based Tourism* (CBT) dapat membantu pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan melalui pengembangan pariwisata yang ramah lingkungan (Manyara & Jones, 2007).
- b. Pengurangan dampak negatif pariwisata: *Community-Based Tourism* (CBT) dapat mengurangi dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan melalui pengembangan pariwisata yang bertanggung jawab (Okazaki, 2008).
- c. Peningkatan kesadaran lingkungan: *Community-Based Tourism* (CBT) dapat meningkatkan kesadaran lingkungan masyarakat lokal dan wisatawan melalui pendidikan dan promosi lingkungan (Salazar, 2012).
- d. Pengembangan ekowisata: *Community-Based Tourism* (CBT) dapat membantu pengembangan ekowisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab (Tolkach & King, 2015).

2.1.4.1.4 Tantangan dalam Implementasi CBT

Community Based Tourism (CBT) adalah suatu bentuk pariwisata yang melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata (Manyara & Jones, 2007). Meskipun *Community-Based Tourism* (CBT) memiliki potensi untuk memberikan manfaat bagi masyarakat lokal dan lingkungan (Okazaki, 2008), namun implementasinya juga dapat menghadapi beberapa tantangan. Berikut beberapa tantangan dalam implementasi *Community-Based Tourism* (CBT):
Tantangan Internal:

- a. Keterbatasan kapasitas masyarakat lokal: Masyarakat lokal mungkin tidak memiliki kapasitas dan kemampuan yang cukup untuk mengelola dan mengembangkan *Community-Based Tourism* (CBT) (Salazar, 2012).
- b. Kurangnya partisipasi masyarakat lokal: Masyarakat lokal mungkin tidak memiliki minat atau motivasi untuk berpartisipasi dalam *Community-Based Tourism* (CBT) (Tolkach & King, 2015).
- c. Konflik kepentingan: Konflik kepentingan antara masyarakat lokal, pemerintah, dan stakeholder lainnya dapat menghambat implementasi *Community-Based Tourism* (CBT) (Goodwin & Santilli, 2009).

Tantangan Eksternal:

- a. Ketergantungan pada pihak luar: CBT dapat tergantung pada pihak luar seperti pemerintah, investor, dan wisatawan, yang dapat mempengaruhi keberlanjutan *Community-Based Tourism* (CBT) (Manyara & Jones, 2007).
- b. Dampak negatif pariwisata: Pariwisata dapat memiliki dampak negatif seperti kerusakan lingkungan, perubahan budaya, dan eksploitasi sumber daya alam (Salazar, 2012).
- c. Kurangnya dukungan kebijakan: Kurangnya dukungan kebijakan dan regulasi yang mendukung *Community-Based Tourism* (CBT) dapat menghambat implementasi *Community-Based Tourism* (CBT) (Okazaki, 2008).

Tantangan Manajemen:

- a. Pengelolaan sumber daya: Pengelolaan sumber daya yang tidak efektif dapat menghambat keberlanjutan *Community-Based Tourism* (CBT) (Tolkach & King, 2015).
- b. Pengembangan produk wisata: Pengembangan produk wisata yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan dapat menghambat keberhasilan *Community-Based Tourism* (CBT) (Goodwin & Santilli, 2009).
- c. Pemasaran dan promosi: Pemasaran dan promosi yang tidak efektif dapat menghambat keberhasilan *Community-Based Tourism* (CBT) (Manyara & Jones, 2007).

2.1.5 Pemberdayaan Masyarakat dalam Pariwisata

2.1.5.1 Definisi dan Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Konsep pemberdayaan dipahami sebagai proses meningkatkan kapasitas masyarakat lokal agar mampu berperan aktif dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemanfaatan potensi wisata di daerahnya. Para ahli Indonesia seperti Sunaryo (2013), Fandeli&Mukhlison (2019), serta Pitana&Diarta (2009 edisi revisi 2021) menekankan bahwa pemberdayaan dalam pariwisata berorientasi pada peningkatan kontrol masyarakat atas sumber daya wisata, penguatan partisipasi, serta pembagian manfaat yang berkeadilan.

Menurut Sunaryo (2013), pemberdayaan masyarakat dalam pariwisata merupakan bagian dari model pengembangan pariwisata berkelanjutan yang

menempatkan masyarakat bukan hanya sebagai objek pembangunan, tetapi menjadi aktor utama yang mengambil keputusan dalam proses pengembangan destinasi. Pemikiran ini menegaskan bahwa pemberdayaan tidak hanya sekadar memberikan kesempatan, tetapi juga memperkuat kapasitas lokal agar mampu mengelola daya tarik wisata secara mandiri. Sementara itu, Fandeli dan Mukhlison (2019) menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat menjadi inti dari pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (CBT), di mana masyarakat dilibatkan dalam seluruh tahapan pengembangan mulai dari perencanaan, pengelolaan, hingga evaluasi.

Konsep ini lahir sebagai respons terhadap model pariwisata lama yang sentralistik dan kapitalistik, yang cenderung meminggirkan masyarakat lokal. Dalam teori pariwisata modern, pemberdayaan dianggap sebagai pendekatan yang humanistik karena memfokuskan pada penguatan martabat, hak, dan kapasitas masyarakat. Selain itu, Pitana dan Diarta (edisi revisi 2021) menegaskan bahwa pemberdayaan dalam pariwisata didasarkan pada upaya memperkuat kemampuan masyarakat lokal agar mampu mengoptimalkan potensi budaya, alam, serta kearifan lokal sebagai daya tarik wisata. Konsep pemberdayaan dilihat sebagai strategi untuk mencapai pariwisata berkelanjutan, karena dengan keterlibatan aktif masyarakat, pengelolaan wisata dapat berjalan lebih adil, beretika, dan sesuai kebutuhan lokal.

Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat dalam pariwisata modern merupakan pendekatan yang menekankan pada humanisme, partisipasi, pembagian manfaat yang adil, dan penguatan kapasitas lokal yang sejalan dengan prinsip-prinsip pariwisata berbasis masyarakat dan pembangunan pariwisata berkelanjutan.

2.1.5.2 Peran Masyarakat Lokal dalam Pengelolaan Pariwisata

2.1.5.2.1 Keterlibatan Masyarakat lokal dalam kepemilikan dan pengelolaan sumber daya

Keterlibatan masyarakat dalam kepemilikan dan pengelolaan sumber daya pariwisata merupakan aspek krusial dalam memastikan keberlanjutan destinasi pariwisata. Ini dapat mencakup kepemilikan usaha pariwisata oleh warga setempat, partisipasi dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan lingkungan dan

kebijakan pariwisata, serta pemberdayaan komunitas untuk memanfaatkan secara bijak sumber daya alam dan budaya mereka.

2.1.5.2.2 Pembangunan berkelanjutan

Destinasi pariwisata yang sukses harus mengintegrasikan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dalam setiap aspeknya, termasuk infrastruktur, transportasi, akomodasi, dan kegiatan wisata. Ini mencakup upaya untuk menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, perlindungan lingkungan, dan kesejahteraan sosial masyarakat lokal.

2.1.5.2.3 Penyediaan pengalaman wisata

Destinasi pariwisata yang menarik akan menawarkan pengalaman wisata yang unik dan bervariasi. Hal ini mencakup aktivitas seperti petualangan alam, eksplorasi budaya, wisata kuliner, dan partisipasi dalam kegiatan komunitas lokal. Dengan menyediakan pengalaman yang memuaskan, dan berkesan bagi pengunjung, destinasi pariwisata dapat membangun citra positif yang berkelanjutan.

2.1.5.2.4 Pemberdayaan ekonomi lokal

Pariwisata yang berkelanjutan harus memberdayakan ekonomi lokal dengan menciptakan peluang kerja, mendukung industri kreatif dan kerajinan lokal, serta mempromosikan kemitraan antara pelaku usaha pariwisata dan komunitas lokal. Ini membantu mengurangi kemiskinan, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan kesejahteraan setempat.

2.1.5.2.5 Pelestarian budaya

Pariwisata yang bertanggung jawab harus memprioritaskan pelestarian dan penghormatan terhadap warisan budaya dan tradisi lokal. Ini mencakup upaya untuk mempertahankan situs bersejarah, memelihara kebudayaan hidup, mendukung seniman dan pengrajin lokal, serta mempromosikan penghargaan terhadap keanekaragaman budaya.

2.1.5.2.6 Penerimaan terhadap wisatawan

Masyarakat lokal yang ramah dan menyambut wisatawan yang datang dengan baik dapat menciptakan lingkungan yang bersahabat bagi pengunjung. Ini melibatkan Pendidikan kepada Masyarakat tentang manfaat pariwisata, kesadaran

akan pentingnya menjaga lingkungan dan budaya, serta pelatihan untuk meningkatkan pelayanan dan pengalaman pengunjung.

2.1.6 Pariwisata Berkelanjutan

2.1.6.1 Definisi dan Konsep Pariwisata Berkelanjutan

Menurut Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, pariwisata berkelanjutan adalah sebagai pengembangan konsep berwisata yang dapat memberikan dampak jangka panjang, baik itu terhadap lingkungan, sosial. Budaya serta ekonomi untuk masa kini dan masa depan bagi seluruh masyarakat lokal maupun wisatawan yang berkunjung (Kemenparekraf/Baparekaf RI,2021).

Pariwisata berkelanjutan Adalah suatu pendekatan Pembangunan pariwisata yang memperhatikan secara seimbang tiga aspek utama yaitu ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan, serta melibatkan Masyarakat local dalam seluruh proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi agar manfaatnya dapat dirasakan saat ini dan bagi generasi mendatang. Pariwisata berkelanjutan dapat memahami sebagai suatu bentuk pengelolaan pariwisata yang tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi semata, tetapi juga memperhatikan kelestarian lingkungan serta kesejahteraan sosial dan budaya Masyarakat. Inti konsep ini adalah keseimbangan: kegiatan wisata harus memberikan manfaat ekonomi, tanpa merusak ekosistem dan tanpa mengikis nilai-nilai budaya yang hidup di Masyarakat.

Pariwisata berkelanjutan menuntut adanya keterlibatan masyarakat lokal, penggunaan sumberdaya alam secara hati-hati, serta strategi pengelolaan destinasi yang berpandangan jangka panjang. Hal ini berarti setiap Keputusan dalam Pembangunan pariwisata harus mempertimbangkan daya dukung lingkungan, keaslian budaya, serta keberlanjutan ekonomi bagi generasi berikutnya. Dengan cara tersebut, pariwisata tidak hanya menciptakan pengalaman berkesan bagi wisatawan, tetapi juga menjaga keberlangsungan hidup komunitas dan alam yang menjadi dasar daya tarik wisata itu sendiri.

2.1.6.2 Dimensi Keberlanjutan dalam Pariwisata (Ekonomi, Sosial, Lingkungan)

Keberlanjutan merupakan sebuah kerangka yang dibuat untuk melindungi alam dari pembangunan. Umumnya dalam mempertajam kerangka konseptual agar

menjadi sebuah definisi konkrit dan operasional, maka dibutuhkan proses dalam lebih merinci atau dengan kata lain konsep terperinci. Sehingga konsep yang terperinci tersebut dapat dijustifikasi sebagai aspek-aspek yang mempengaruhi dalam penentuan atau penilaian keberlanjutan.

Dalam keberlanjutan pariwisata (*sustainable tourism*) telah dinyatakan terdapat tiga dimensi yang berpengaruh. Ketiga dimensi itu telah dinyatakan secara aklamasi melalui badan dunia pariwisata dunia UNWTO, bahwa “pariwisata memperhitungkan sepenuhnya dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan saat ini dan masa depan, memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat setempat” (UNEP,2005). Semua bentuk pariwisata di semua jenis destinasi wisata termasuk pariwisata masal dan berbagai segmen pariwisata harus mengacu pada pedoman dan manajemen pengembangan pariwisata berkelanjutan. Prinsip-prinsip keberlanjutan pariwisata mengacu pada tiga aspek yaitu aspek lingkungan, aspek ekonomi, dan aspek sosial budaya dari pengembangan pariwisata, dan dapat mengedepankan keseimbangan interaksi antara ketiga dimensi ini untuk menjamin keberlanjutan pembangunan pariwisata dalam jangka panjangnya.

Dengan demikian, pariwisata berkelanjutan harus memenuhi prinsip-prinsip: (1) Memanfaatkan sumber daya lingkungan secara optimal yang merupakan elemen kunci dalam pengembangan pariwisata, mempertahankan proses ekologis yang penting dan membantu melestarikan warisan alam dan keanekaragaman hayati; (2) Menghormati kelestarian dan keasrian warisan sosial budaya masyarakat setempat, melestarikan warisan sosial budaya dan nilai-nilai tradisional mereka yang dibangun dan hidup, dan berkontribusi pada pemahaman dan toleransi antar budaya; (3) Memastikan keberlangsungan ekonomi jangka Panjang yang layak, memberikan manfaat sosial ekonomi kepada semua pemangku kepentingan yang di distribusikan secara adil, termasuk penyediaan kesempatan kerja yang stabil, berkontribusi terhadap peluang peningkatan pendapatan, pemerataan modal sosial masyarakat tuan rumah, dan pengentasan kemiskinan menurut (UNWTO,2005 dalam Nasrullah, dkk, 2023)

2.1.6.3 Indikator Pariwisata Berkelanjutan

Indikator adalah ukuran keberadaan atau keparahan masalah saat ini, sinyal situasi atau masalah yang akan datang, ukuran risiko dan kebutuhan potensial untuk tindakan, dan sebagai sarana untuk mengidentifikasi serta mengukur hasil tindakan kita. Indikator juga merupakan sebuah perangkat informasi yang dipilih secara formal untuk digunakan secara berkala guna mengukur perubahan yang penting bagi pengembangan dan pengelolaan pariwisata. Indikator dapat mengukur (1) Perubahan struktur pariwisata sendiri dan faktor internal; (2) Perubahan faktor eksternal yang mempengaruhi pariwisata; dan (3) Dampak yang disebabkan oleh pariwisata.

Dalam konteks Pembangunan berkelanjutan untuk pariwisata, indikator merupakan informasi deret waktu yang strategis untuk keberlanjutan destinasi, aset, dan akhirnya, masa depan sektor pariwisata. Pada destinasi manapun, indikator terbaik adalah indikator yang merespon risiko utama dan kekhawatiran terkait keberlanjutan pariwisata, dan juga memberikan informasi yang dapat membantu mengklarifikasikan masalah dan mengukur respon.

Indikator biasanya akan menanggapi masalah yang berkaitan dengan sumber daya alam dan lingkungan dari suatu destinasi, kekhawatiran terkait dengan keberlanjutan ekonomi, masalah yang berkaitan dengan asset budaya dan nilai-nilai sosial, dan yang lebih luas untuk masalah organisasi dan manajemen, baik di dalam sektor pariwisata dan destinasi yang lebih luas. Relevansinya dengan isu-isu kunci dari destinasi dan kepraktisan penggunaan indikator adalah menjadi pertimbangan utama. Selain itu, kriteria yang berkaitan dengan kredibilitas ilmiah, kejelasan, dan kemampuan digunakan sebagai tolak ukur perbandingan dari waktu ke waktu dan dengan destinasi lain digunakan untuk membantu memilih indikator yang memiliki dampak terbesar pada keputusan atau tindakan (Sulistiyadi Y, dkk, 2021).

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan adalah data dari penelitian lain yang berhubungan langsung dengan topik atau yang memiliki kesamaan dengan masalah yang sedang

kita bahas. Penelitian yang berkaitan berasal dari studi-studi sebelumnya yang digunakan sebagai acuan dalam menyusun penelitian ini.

Berikut merupakan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan:

Tabel II.2 Penelitian Relevan

No	Judul Penelitian	Penulis	Tahun/Instansi	Metode
1	<i>Community Based Tourism</i> (CBT) Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di DTW Ceking Desa Rekraman Tegallalang	Nyoman Surya Wijaya, dan I Wayan Eka Sudarmawan	2019 Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional	Kualitatif dan Kuantitatif (Metode campuran)
2	Implementasi Konsep <i>Community Based Tourism</i> (CBT) Dalam Mendukung Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan pada Destinasi Wisata Sanghyang Kenit di Kabupaten Bandung Barat	Khairunnisa Khalda Syafiqah, Dina Aprilia, Fadira Maharani	2022 Universitas Pendidikan Indonesia	Deskriptif Kualitatif
3	Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (<i>Community Based Tourism</i>) di Pemandian Alam Tamborasi Kabupaten Kolaka	Laila Dhiza Amalia, Sartono, Tanzil, Marlina Razab	2024 Universitas Halu Oleo	Kualitatif
4	Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis <i>Community Based Tourism</i> di Kelurahan Pudakpayung, Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang	Fredrick J.D Gabriel	2025 Universitas Diponegoro	Deskriptif Kualitatif

Sumber : Hasil Studi Pustaka 2025

2.3 Kerangka Konseptual

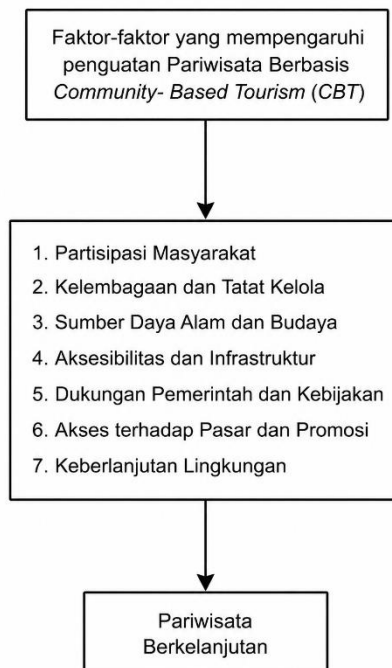
Berdasarkan fakta umum desa wisata berbasis masyarakat (dan relevan dengan temuan lapangan seperti kerja bakti, kesadaran lingkungan, partisipasi warga, tidak adanya eksploitasi berlebihan), kondisi yang menjadi dasar konseptual.

Dengan keterlibatan masyarakat secara langsung, *Community-Based Tourism* (CBT) mendorong terbentuknya sistem pengelolaan desa wisata yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Strategi ini mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, serta pelestarian budaya dan lingkungan setempat.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini mengenai penguatan pariwisata berbasis *Community Based Tourism* sebagai strategi pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan berkelanjutan di Desa Wisata Soeka digambarkan dalam bentuk bagan di bawah ini:

2.3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi penguatan Pariwisata Berbasis *Community- Based Tourism (CBT)* sebagai strategi pemberdayaan masyarakat untuk pariwisata keberlanjutan di Desa Wisata Soeka Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya

Dalam penelitian ini difokuskan pada faktor faktor yang mempengaruhi penguatan pariwisata berbasis *Community Based Tourism (CBT)* sebagai strategi pemberdayaan Masyarakat untuk pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata Soeka Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya.



Sumber : Hasil Studi Pustaka 2025. ASEAN Community-Based Tourism Standard (2021)

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran Faktor-faktor yang mempengaruhi penguatan Pariwisata Berbasis *Community-Based Tourism* (CBT)

ASEAN merumuskan empat pilar untuk memperkuat CBT, yaitu: (1) Organisasi dan tata kelola yang efektif, termasuk kelembagaan yang kuat dan transparan; (2) Partisipasi dan kepemimpinan lokal yang kuat, di mana masyarakat menjadi penggerak utama aktivitas wisata; (3) Pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan, baik sumber daya alam maupun budaya; dan (4) Akses pasar dan layanan pariwisata, melalui promosi, pemasaran, dan kesiapan destinasi menerima wisatawan. Standar ini digunakan untuk meningkatkan kualitas CBT di negara-negara ASEAN, termasuk Indonesia.

2.3.2 Tahapan penguatan pariwisata Berbasis *Community-Based Tourism* (CBT) sebagai strategi pemberdayaan masyarakat untuk pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata Soeka Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya

Dalam penelitian ini memfokuskan pada penguatan pariwisata berbasis masyarakat. Tahapan *Community Based Tourism* (CBT) menurut Goodwin & Santilli (2020).

Resource Assessment → Identifikasi potensi sumber daya alam & budaya.

Mobilizing the Community → Membangun kesadaran dan dukungan.

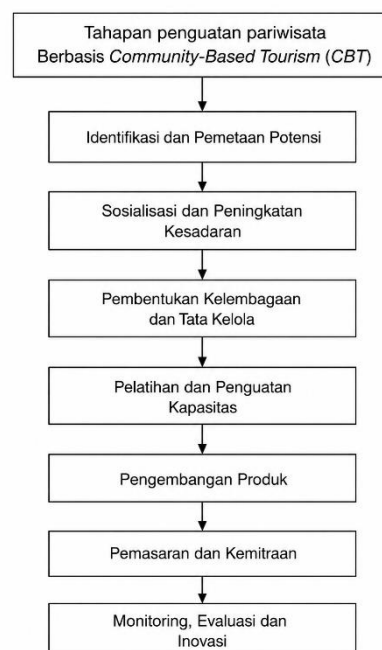
Establishing Local Institutions → Pembentukan kelembagaan (pokdarwis).

Training & Capacity Development → Pelatihan guiding, hospitality, manajemen.

Product Development → Atraksi, paket wisata, interpretasi.

Marketing & Partnerships → Promosi, jaringan pemerintah & swasta.

Monitoring for Sustainability → Evaluasi ekonomi, sosial, budaya, lingkungan.



Sumber : Hasil Studi Pustaka 2025

Gambar II.2 Kerangka Pemikiran Tahapan Penguatan *Community-Based Tourism*

2.4 Pertanyaan Penelitian

2.4.1 Faktor-faktor apa yang mempengaruhi Penguatan Pariwisata *Community- Based Tourism* (CBT) sebagai strategi pemberdayaan Masyarakat untuk Pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata Soeka Kabupaten Tasikmalaya

(1) Bagaimana bentuk dan tingkat partisipasi masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan pariwisata di Desa Wisata Soeka?

- (2) Sejauh mana kelembagaan lokal seperti Pokdarwis berperan dalam tata kelola pengembangan pariwisata berbasis komunitas?
- (3) Bagaimana pemanfaatan potensi sumber daya alam dan budaya lokal dalam mendukung penguatan *Community-Based Tourism* (CBT) yang berkelanjutan?
- (4) Bagaimana kondisi aksesibilitas dan infrastruktur penunjang pariwisata memengaruhi perkembangan *Community-Based Tourism* (CBT) di Desa Wisata Soeka?
- (5) Bagaimana strategi yang digunakan untuk memasarkan dan mempromosikan destinasi wisata berbasis komunitas agar menjangkau pasar yang lebih luas?
- (6) Bagaimana peran pemerintah desa dan instansi terkait dalam memberikan dukungan regulasi, pelatihan, dan fasilitasi untuk penguatan *Community-Based Tourism* (CBT)?
- (7) Apa saja upaya yang dilakukan masyarakat dan pengelola wisata dalam menjaga keberlanjutan lingkungan di tengah pengembangan pariwisata?

2.4.2 Bagaimanakah tahapan penguatan pariwisata Berbasis *Community-Based Tourism* (CBT) sebagai Strategi pemberdayaan Masyarakat untuk Pariwisata Berkelanjutan di Desa Wisata Soeka Kabupaten Tasikmalaya?

- (1) Bagaimana proses identifikasi dan pemetaan potensi wisata dilakukan oleh masyarakat atau pemangku kepentingan di Desa Wisata Soeka?
- (2) Sejauh mana efektivitas kegiatan sosialisasi dan peningkatan kesadaran masyarakat dalam mendukung penguatan pariwisata berbasis komunitas?
- (3) Bagaimana peran kelembagaan lokal, seperti Pokdarwis, dalam tata kelola pengembangan *Community-Based Tourism* (CBT) yang partisipatif dan transparan?
- (4) Apa saja bentuk pelatihan dan kegiatan peningkatan kapasitas yang diberikan kepada masyarakat, dan bagaimana dampaknya terhadap kemampuan pengelolaan pariwisata?
- (5) Bagaimana strategi pengembangan produk wisata dilakukan untuk meningkatkan daya saing Desa Wisata Soeka?
- (6) Bagaimana strategi promosi wisata dilakukan untuk meningkatkan daya saing Desa Wisata Soeka?

(7) Bagaimana mekanisme monitoring dan evaluasi diterapkan dalam pengembangan *Community-Based Tourism* (CBT), dan sejauh mana inovasi lokal berperan dalam keberlanjutan pariwisata?