

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teoretis

2.1.1 Pariwisata dalam Kajian Geografi Pariwisata

Geografi pariwisata merupakan suatu cabang dari ilmu geografi regional yang mengkaji fenomena suatu wilayah di permukaan bumi secara komprehensif baik dari aspek fisik maupun aspek sosialnya (Sya, 2011). Regional merupakan suatu wilayah yang mempunyai karakteristik tertentu yang dapat dibedakan dengan wilayah lain. Karakteristik itu muncul bukan semata-mata karena latar belakang kondisi faktor fisis geografis, akan tetapi juga sebagai akibat pola relasi atau hubungan antara manusia dengan alam lingkungan di wilayah yang bersangkutan. Geografi pariwisata lebih mengedepankan terkait perpaduan unsur fisik dan manusia yang nantinya akan memunculkan daya tarik secara atraktif, rekreatif, imajinatif, edukatif, dan religious.

Geografi pariwisata adalah ilmu geografi yang berhubungan erat dengan pariwisata. Segi umum yang perlu diketahui wisatawan antara lain yaitu iklim, flora, fauna, keindahan alam, adat istiadat, budaya, dan sebagainya (Suwanto, 2009). Kajian geografi pariwisata akan lebih fokus pada suatu objek wisata yang dipandang menjadi sebagai bidang kajian penelitian, ruang lingkup, dadaran atau objek yang dapat dikaji sehingga memiliki ciri yang spesifik dibanding dengan bidang kajian ilmu lainnya.

Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata (Sammeng & Mappi, 2001). Sedangkan menurut Dewi (2024), wisata merupakan lokasi yang letaknya strategis dan menjadi tujuan bagi mereka yang minat dengan keindahan alam untuk refreshing, rekreasi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi. Pariwisata bahari merujuk pada kegiatan wisata yang dilakukan di area pesisir laut, pulau, atau area yang terkait dengan ekosistem laut.

Ciri khas dalam studi kajian geografi pariwisata yaitu lokasi, site, dan situasi antar objek yang menarik beserta hubungannya dengan manusia dan satu region. Geografi pariwisata berkaitan dengan ruang oleh manusia yang memiliki daya tarik objek wisata, sarana wisata, dan transportasi daerah tujuan wisata yang akan berguna untuk pemenuhan kebutuhan manusia tersebut. Berdasarkan dengan hal itu maka perlu kajian geografi pengembangan pariwisata.

2.1.2 Pariwisata

Pariwisata adalah kegiatan orang-orang yang melakukan perjalanan dan tinggal di suatu tempat di luar lingkungan biasanya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun secara berturut-turut untuk memanfaatkan waktu luang, urusan bisnis dan tujuan lainnya (UNWTO, 2020). Berdasarkan Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 pariwisata adalah sebagian macam layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata merupakan jenis industri baru yang bisa menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dengan menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan, meningkatkan taraf hidup, dan merangsang sektor produksi lainnya (Pendit, 2009).

Pariwisata merupakan sebagai perjalanan untuk tinggal sementara jauh dari tempat tinggal karena alasan tertentu, bukan untuk terlibat dalam kegiatan yang menghasilkan upah (Suwantoro, 2009) juga bisa dikatakan Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan dan keserasian dalam dimensi sosial budaya dan ilmu (Qodriyatun & dkk, 2018).

Pariwisata adalah seluruh rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan dengan gerakan manusia yang sedang melakukan perjalanan atau persinggahan sementara dari tempat tinggal yang didorong oleh beberapa tempat tujuan di luar lingkungan tempat tinggalnya ke suatu atau beberapa tempat tujuan di luar lingkungan tempat tinggal yang didorong oleh

beberapa keperluan atau kebutuhan untuk mendapatkan kesenangan dan disertai untuk mengikuti berbagai hiburan tanpa bermaksud untuk mencari nafkah (Qodriyatun & dkk, 2018). Pariwisata ini merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian yang perlu diberi perhatian khusus oleh pihak yang berwenang agar lebih beruntung dan maju dengan baik.

Menurut Soekadijo (2013), pariwisata merupakan kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Sedangkan menurut Muljadi (2012), pariwisata merupakan keseluruhan hubungan dan gejala gejala yang timbul dari adanya orang asing dan perjalanannya itu tidak untuk bertempat tinggal atau menetap dan bertujuan bukan untuk mencari nafkah. Sedangkan menurut Damanik & Weber (2010), pariwisata merupakan fenomena pergerakan manusia, barang dan jasa yang sangat kompleks. Hal ini berkaitan erat dengan organisasi, hubungan-hubungan kelembagaan, individu layanan, penyediaan kebutuhan dan sebagainya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan untuk rekreasi, mencari pengalaman baru, atau memenuhi rasa ingin tahu tanpa bermaksud untuk menetap dan mencari nafkah di lokasi yang dikunjungi.

2.1.3 Sumber Daya Pariwisata

Sumber daya pariwisata yaitu sumber daya alam, sumber daya budaya, sumber daya minat khusus dan sumber daya manusia. Argumentasi tentang sumber daya pariwisata dapat diperluas termasuk berbagai faktor yang tidak tercakup dalam konseptualisasi yang selalu dihubungkan dengan sumber daya alam (Diarta & Pitana, 2009). Salah satu karakteristik dari sumber daya pariwisata adalah dapat dirusak dan dihancurkan oleh pemakaian yang tidak terkendali dan kesalahan pengaturan (*missmanagement*).

a. Sumber Daya Alam

Sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata alam adalah topografi, keragaman flora dan fauna, kehidupan

satwa liar, vegetasi alam, ekosistem yang belum terjamah manusia, rekreasi perairan) seperti danau, sungai, air terjun, pantai), lintas alam (seperti *tracking*, *rafting*, dan lainnya), objek megalitik suhu dan kelembapan udara yang nyaman, curah hujan yang normal, dan lain sebagainya (Diarta & Pitana, 2009).

b. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan suatu komponen yang dapat mendukung dan menentukan dalam pembangunan pariwisata. Diarta & Pitana (2009), dalam memberikan Gambaran atas berbagai peluang karir dalam industri pariwisata yang memanfaatkan dan digerakan oleh sumber daya manusia dibidang transportasi, akomodasi, pelayanan makan dan minuman, belanja, travel, dan sebagainya.

c. Sumber Daya Budaya

Sumber daya budaya juga berperan penting dalam pembangunan pariwisata karena ciri khas dan keunikan yang menonjol dari budaya tersebut dan menjadi faktor utama yang menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisatanya. Industri pariwisata mengakui peran budaya sebagai faktor penarik dengan mempromosikan karakteristik budaya dari destinasi wisatanya.

Bagi wisatawan pariwisata budaya ini bertujuan untuk mengalami, memahami, dan menghargai karakteristik destinasi wisata, kekayaan alam, keragaman budaya yang bisa dikembagkan menjadi daya tarik wisata yaitu bangunan bersejarah, situs, monumen, museum, galeri seni, situs budaya kuno, seni dan patung kontemporer, arsitektur, seni keagamaan, kegiatan dan cara hidup masyarakat lokal, perjalanan menggunakan alat tradisional, kuliner setempat.

d. Sumber Daya Pariwisata Minat Khusus

Sumber daya pariwisata khusus ini akan menjadi tren perkembangan pariwisata sebab para calon wisatawan telah menginginkan pariwisata sebab para calon wisatawan telah menginginkan jenis pariwisata yang fokus dan mampu memenuhi

kebutuhan spesifik wisatawan. Jenis sumber daya pariwisata minat khusus yang bisa dijadikan atraksi wisata dapat diklasifikasikan menjadi petualangan aktif, *nature and wildlife*, *affinity*, *romance*, *family*, *sport adventure*, *history*, dan *hobby* (Diarta & Pitana, 2009).

2.1.4 Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Saragih, Desy, & Mesra (2021) terdapat jenis-jenis pariwisata yaitu:

a. Wisata Alam

Wisata alam yaitu perjalanan wisata ke suatu tempat yang relatif masih asli atau belum tercemar dengan tujuan untuk mempelajari, megagumi, menikmati pemandangan tumbuhan, dan binatang liar serta perwujudan budaya yang ada atau pernah ada di tempat tersebut.

b. Wisata Buatan

Wisata buatan merujuk pada destinasi atau atraksi wisata yang diciptakan atau dirancang oleh manusia untuk tujuan rekreasi, hiburan, pendidikan atau budaya. Berbeda dengan wisata alam yang mengandalkan keindahan dan keunikan lingkungan alami, wisata buatan biasanya melibatkan pembangunan infrastruktur dan fasilitas yang dirancang khusus untuk menarik wisatawan.

c. Wisata Edukasi

Wisata edukasi adalah suatu aktivitas perjalanan wisata yang bertujuan untuk memberikan pembelajaran dan pendidikan kepada wisatawan (Prasetyo & Nararais, 2023). Wisata edukasi melibatkan berbagai jenis perjalanan wisata, termasuk ekowisata, wisata sejarah, wisata pedesaan, atau pertanian, program, pertukaran pelajar antar institusi pendidikan, wisata studi banding, kegiatan universitas di dalam dan luar negeri, serta program *study tour* sekolah (Prasetyo & Nararais, 2023).

d. Wisata Kriya

Wisata kriya atau wisata kerajinan merupakan kegiatan wisata untuk mengunjungi, melihat, mempelajari, menikmati, dan mengapresiasi produk seni kerajinan dari berbagai daerah guna mendapatkan pengetahuan, pemahaman dan manfaat dari keanekaragaman budaya berupa seni kerajinan tersebut (Rara & Muthmainah, 2020).

Wisata kriya adalah salah satu bentuk wisata minat khusus (*special interest tourism*) yang bisa menggabungkan berbagai jenis kegiatan wisata lainnya seperti wisata pedesaan, wisata belanja, wisata budaya, wisata sejarah, dan wisata alam ke dalam satu paket kegiatan yang bergantung pada sumber daya kerajinan hasil ciptaan masyarakat suatu daerah. Wisata minat khusus diawali dari motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke destinasi yang memiliki karakter khusus (Rara & Muthmainah, 2020)

e. Wisata Budaya

Seseorang yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk mempelajari adat-istiadat, budaya, tata cara kehidupan masyarakat dan kebiasaan yang terdapat di daerah atau negara yang di kunjungi. Termasuk dalam jenis pariwisata ini adalah mengikuti misi kesenian ke luar negeri atau untuk menyaksikan festival seni dan kegiatan budaya lainnya.

f. Wisata Kuliner

Wisata kuliner merupakan salah satu wisata yang paling dicari oleh para wisatawan karena ingin mencari kekhasan makanan dari destinasi wisata tersebut. Indonesia menyuguhkan atau menyajikan variasi masakan yang sangat banyak dan tentunya memiliki cita rasa yang berbeda di setiap daerahnya. Suatu tempat yang ditanyakan dan yang dicari masakan khasnya. Misalnya nasi lemak dan nasi dagong yang ada di Batam.

2.1.5 Syarat-syarat Pariwisata

Menurut Yoeti (1996), sebuah objek daya tarik wisata yang ideal dan lengkap harus memenuhi tiga syarat utama untuk memuaskan pengunjung:

a. *Something to See* (Sesuatu untuk Dilihat)

Something to See adalah syarat paling dasar, yaitu daya tarik visual yang mampu memikat wisatawan. Daya tarik ini dapat berupa keindahan alam, keunikan budaya, atau tontonan/pertunjukan seni.

b. *Something to Do* (Sesuatu untuk Dilakukan)

Objek wisata tidak boleh pasif, namun harus menyediakan fasilitas atau ruang bagi wisatawan untuk melakukan aktivitas agar mendapatkan pengalaman. Pengunjung harus dapat berpartisipasi dalam aktivitas rekreasi, olahraga, atau interaksi budaya di lokasi tersebut.

c. *Something to Buy* (Sesuatu untuk Dibeli)

Something to Buy adalah komponen pelengkap yang penting untuk kenang-kenangan dan dampak ekonomi. Syarat ini terpenuhi jika tersedia barang-barang kerajinan khas, cenderamata, atau kuliner lokal yang bisa dibeli oleh wisatawan

Sedangkan menurut Supriono (2021) syarat-syarat pariwisata diantaranya adalah sebagai berikut:

a. *What to See*

Tempat tersebut harus memiliki sesuatu yang menarik yang menjadi objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan daerah lain sehingga daerah tersebut nantinya memiliki daya tarik khusus atau daya tarik tersendiri. Maka dari itu wisatawan akan merasa terhibur dan tertarik akan apa yang dapat dilihat dari tempat wisata tersebut. Objek dan atraksi wisata tersebut dapat meliputi peninggalan sejarah, pemandangan alam, kegiatan kesenian, pertunjukan kebudayaan dan atraksi wisata lainnya.

b. *What to Do*

Tempat tersebut harus memiliki fasilitas yang dapat dinikmati oleh wisatawan sehingga membuat wisatawan nyaman tinggal ditempat wisata tersebut.

c. *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.

d. *What to Arrived*

Di dalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi wilayah tersebut, apa daya tarik wisata tersebut, bagaimana aksesibilitas menuju objek wisata dan transportasi apa yang bisa digunakan serta berapa lama waktu tempuh menuju lokasi tersebut.

e. *What to Stay*

Akomodasi menjadi poin penting dalam suatu pariwisata untuk melengkapi daya tarik wisata tersebut. Bagaimana wisata akan tinggal untuk sementara waktu selama wistawa berlibur dan berada di tempat wisata maka dari itu diperlukan penginapan atau hotel.

2.1.6 Komponen Pariwisata

Menurut Supriono (2021) bahwa terdapat 4 komponen yang harus dimiliki oleh sebuah tempat wisata yaitu:

a. *Attraction* (Atraksi)

Atraksi merupakan pusat dari daya tarik suatu tempat wisata yang telah disiapkan untuk dilihat dan dinikmati oleh wisatawan. Bentuk dari atraksi adalah semua objek wisata yang ada di tempat tersebut baik yang disediakan oleh alam atau manusia.

b. *Amenity* (Fasilitas)

Amenity adalah segala macam sarana dan prasarana yang penting dan sangat diperlukan selama beraa di daerah tujuan wisata dan ditujukan

untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan seperti penginapan, hotel, rumah makan, tempat hiburan dan keamanan.

c. *Accsebility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas yang dimaksud adalah berupa transportasi dan segala prasarananya. Kegiatan pariwisata sangat bergantung pada transportasi dimana faktor jarak dan waktu mempengaruhi keinginan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Aksesibilitas wisata adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai daerah perjalanan wisata, daya atraksi wisata, bandara, terminal, dan transportasi lokal.

d. *Ancillary* (Pelayanan tambahan)

Ancillary merupakan ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, sistem pengairan, sumber listrik, dan sebagainya.

2.1.7 Objek Wisata

Objek wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Qodriyatun & dkk, 2018). Sedangkan daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan dan daerah tujuan pariwisata yang juga disebut sebagai destinasi wisata. Objek dan daya tarik wisata diantaranya adalah:

- a. Objek daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti: pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang-binatang langka.
- b. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya,

pertanian (wisata agro), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya.

- c. Sasaran wisata minat khusus, seperti: berburu, mendaki gunung, gua, industri, dan juga kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat ziarah dan lain-lain.

Sementara menurut Wiweka & Arcana (2019) objek wisata (daya tarik wisata) diklasifikasikan berdasarkan sumber atau wujud dari daya tarik itu sendiri. Klasifikasi ini membantu dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemasaran, sehingga dibagi menjadi sebagai berikut:

- a. Daya Tarik Wisata Alam (*Natural Attractions*): Segala sesuatu yang daya tariknya bersumber murni dari alam. Ini mencakup bentang alam (pantai, gunung, danau), fenomena alam (kawah, air panas), serta flora dan fauna unik (taman nasional, cagar alam).
- b. Daya Tarik Wisata Budaya (*Cultural Attractions*): Daya tarik yang bersumber dari hasil cipta, rasa, dan karsa manusia. Ini bisa bersifat *tangible* (berwujud) seperti museum, peninggalan sejarah (candi, istana), dan arsitektur vernakular, atau *intangible* (tak berwujud) seperti upacara adat, tarian tradisional, seni pertunjukan, dan gaya hidup lokal.
- c. Daya Tarik Wisata Buatan / Minat Khusus (*Man-made / Special Interest Attractions*): Daya tarik yang diciptakan atau dikembangkan oleh manusia, seringkali untuk tujuan rekreasi atau minat spesifik. Ini mencakup taman rekreasi (*theme park*), wisata belanja, wisata kuliner, fasilitas olahraga (lapangan golf), serta pariwisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*).

2.1.8 Daya Tarik Objek Wisata

Daya Tarik wisata merupakan unsur penting dalam memikat wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata harus memiliki suatu nilai dan keunikan. Menurut Ramdhan & Andriana (2023) setidaknya terdapat tiga jenis daya tarik

wisata, yaitu sebagai berikut:

- a. Daya tarik wisata alam, yaitu daya tarik yang bersumber dari keindahan dan keunikan alam yang terdapat pada objek wisata setempat, seperti laut, pantai, gunung, hutan, dan lain-lain.
- b. Daya tarik wisata budaya, yaitu daya tarik yang berasal dari nilai budaya-budaya kehidupan masyarakat, baik yang berupa peninggalan maupun yang masih hidup.
- c. Daya tarik minat khusus, yaitu daya tarik yang dikembangkan sesuai dengan pemenuhan aktivitas untuk berwisata, seperti pemancingan, wahana bermain, dan lain-lain

Sementara itu, memenuhi kebutuhan wisatawan untuk belanja terdapat beberapa indikator dalam mengukur daya tarik wisata, yaitu: 1) Adanya hal yang menarik perhatian wisatawan dalam hal ini dapat berupa keindahan alam, budaya, seni, sejarah, ataupun sesuatu yang menonjol lainnya yang menjadi ciri khas objek wisata; 2) Fasilitas yang mendukung daya tarik wisata, seperti *homestay*, restoran, parking area, serta fasilitas lainnya yang dapat membuat wisatawan merasa nyaman; 3) Infrastruktur dari ojek wisata yang mendukung; 4) Tersedianya alat transportasi yang dapat menghubungkan satu destinasi ke destinasi lainnya; 5) Sikap ramah kepada wisatawan yang berkunjung (Susianto, Johannes, & Yacob, 2022).

2.1.9 Pengelolaan Pariwisata

Pengelolaan pariwisata ditujukan untuk menjamin perlindungan terhadap ekosistem dan degradasi kualitas lingkungan yang artinya menjadikan lingkungan sedemikian rupa sehingga tidak terganggu keseimbangannya. Hal ini berarti manajemen sumber daya berperan dalam pemilihan aktivitas yang berdampak minimal terhadap kelestarian ekosistem. Strategi manajemen sumber daya menurut Diarta & Pitana (2009) harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut:

- a. Menggunakan sumber daya yang terbarukan (*renewable resources*), pemakaian sumber daya yang dapat diperbaharui

- b. Pemanfaatan sumber daya untuk berbagai kepentingan (*multiple uses*), pemakaian dan pemanfaatan sumber daya untuk berbagai kepentingan secara berkelanjutan
- c. Daerah zona (*designated areas/ zonasi*), pembatasan kawasan tertentu dan kawasan pembatas dalam rangka meminimalisasi dampak terhadap lingkungan secara keseluruhan
- d. Konservasi dan preservasi sumber daya (*conservation and preservation of resources*), perlindungan dan pelestarian semua sumber daya mendekati kondisi aslinya dengan memelihara proses alaminya.

Metode pengelolaan pariwisata menurut Diarta & Pitana (2009) mencakup beberapa kegiatan berikut:

- a. Pengonsultasian dengan semua pemangku kepentingan seperti pertemuan formal dan terstruktur dengan pelaku industri pariwisata dan konsultasi publik.
- b. Pengidentifikasian isu, menganalisis isu-isu yang mungkin muncul dalam kegiatan pariwisata.
- c. Penyusunan kebijakan, disusun yang mungkin akan berdampak langsung maupun tidak langsung dengan pariwisata.
- d. Pembentukan dan pendanaan agen dengan tugas khusus yang bertujuan menghasilkan rencana strategis sebagai panduan dalam pemasaran dan pengembangan fisik di daerah tujuan wisata
- e. Penyediaan fasilitas dan operasi, hal ini berkaitan dengan situasi dimana pelaku usaha tidak mampu menyediakan fasilitas secara mandiri.
- f. Penyediaan kebijakan fiskal, regulasi, dan lingkungan sosial yang kondusif untuk mencari keuntungan atau target perusahaan yang telah ditetapkan.
- g. Penyelesaian konflik kepentingan dalam masyarakat, hal ini merupakan peran yang sangat penting dalam era dimana isu lingkungan dan konservasi sumber daya menjadi isu penting.

2.1.10 Pengembangan Pariwisata Bahari

Pariwisata bahari adalah salah satu bentuk pariwisata yang berfokus pada kegiatan yang berkaitan dengan potensi laut dan pesisir. Kegiatan ini melibatkan pemanfaatan sumber daya alam laut, seperti pantai, terumbu karang, kapal pesiar, penyelaman, olahraga air, serta budaya dan tradisi yang ada di sekitar kawasan pesisir.

Menurut Pendit (2009), wisata bahari dapat dikaitkan dengan kegiatan olah raga air, danau, bendungan, teluk dan laut. Dapat dicontohkan seperti memancing, berlayar, menyelam, berselancar, balapan mendayung, pemotretan bawah laut dan sebagainya. Sedangkan menurut Gautama (2011), wisata bahari merupakan kegiatan yang memanfaatkan potensi alam bahari sebagai daya tarik wisata maupun wadah kegiatan wisata yang dilakukan diatas maupun dibawah permukaan laut tidak bisa dipisahkan keberadaannya dengan ekosistem yang kaya akan keanekaragaman jenis biota laut.

Pariwisata bahari adalah wisata yang berupa kegiatannya berenang, snorkeling, menyelam, berlayar, berselancar, memancing, berjemur, rekreasi pantai, atau dengan fisiografi bawah laut dan kegiatan lainnya (Fandeli C. , 2004). Pariwisata bahari diartikan segala aktifitas atau kegiatan yang menjadikan sumber daya alam laut beserta keanekaragamannya isi dan dan potensinya sebagai daya tarik yang dapat di nikmati wisatawan.

Pemodelan kawasan pariwisata bahari merupakan pendekatan sistematis dalam merencanakan, mengelola, dan mengembangkan kawasan pesisir dan laut untuk tujuan pariwisata. Menurut Wardhani & Hidayah (2012), pemodelan ini melibatkan penggunaan data spasial dan non-spasial untuk menentukan potensi, daya dukung, dan zonasi yang sesuai dengan karakteristik lingkungan serta kebutuhan sosial-ekonomi masyarakat setempat.

Pemodelan kawasan pariwisata bahari adalah pendekatan sistematis yang mengintegrasikan aspek lingkungan, sosial, ekonomi, dan budaya dalam perencanaan dan pengelolaan kawasan pesisir dan laut untuk tujuan

pariwisata. Menurut Anwar & Shafira (2020), pemodelan ini bertujuan untuk menciptakan pengelolaan yang terintegrasi dan berkelanjutan dengan mempertimbangkan berbagai fungsi kawasan, seperti konservasi, ekonomi, sosial, dan budaya, sehingga dapat meminimalkan konflik ruang serta mendukung pengelolaan wilayah pesisir yang berkelanjutan. Konsep dasar dari pemodelan ini mencakup:

- a. Identifikasi Potensi: Menilai sumber daya alam dan budaya yang dapat dijadikan daya tarik wisata.
- b. Analisis Daya Dukung: Mengukur kapasitas lingkungan untuk menampung aktivitas wisata tanpa merusak ekosistem.
- c. Zonasi Kawasan: Menentukan area yang sesuai untuk berbagai kegiatan, seperti konservasi, rekreasi, dan pemukiman.
- d. Partisipasi *Stakeholder*: Melibatkan masyarakat lokal, pemerintah, dan sektor swasta dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan.

2.1.11 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan menurut Sukmadinata (2008), merupakan suatu proses atau Langkah-langkah untuk mengembangkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang telah ada serta dapat dipertanggungjawabkan. Sedangkan menurut Wiryokusumo (2011), pada hakikatnya pengembangan merupakan upaya pendidikan baik formal atau non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur, dan bertanggungjawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang seacara utuh dan menyeluruh. Sehingga pengembangan ditafsirkan usaha yang dilakukan secara sadar, terencana terarah untuk membuat atau memperbaiki sehingga menjadi prodik atau sesuatu yang semakin bermanfaat untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya menciptakan mutu yang lebih baik.

Proses mengembangkan objek pariwisata perlu segera dilaksanakan inventasirasi terhadap potensi nasional objek wisata alam secara bertahap

sesuai dengan prioritas dengan memperhatikan nilai keunggulan saing dan keunggulan banding, serta kekhasan objek, kebijaksanaan pengembangan serta ketersediaan dana dan tenaga. Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik dilihat dari segi tempat maupun benda yang ada didalamnya untuk menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya (Barreto & Giantari, 2015).

Menurut Hardjowigeno & Widiatmaka (2013) untuk mengembangkan wisata di Indonesia dengan sebanyak mungkin menarik wisatawan mancanegara yang dapat dijadikan sebagai sumber devisa di Indonesia. Lokasi objek wisata Batam, Rempang, Galang (Barelang) merupakan lokasi yang strategis untuk menarik wisatawan manca negara agar dapat berwisata menikmati keindahan alam atau wisata bahari di Kota Batam.

Pengembangan pariwisata merupakan bagian dari pembangunan yang harus dikonsepskan dengan matang dari berbagai sudut atau aspek, pariwisata yang sekarang menjadi ikon utama. Pengembangan di suatu objek daerah tujuan wisata harus didasarkan pada perencanaan, pengembangan, dan arah pengelolaan yang jelas agar semua potensi yang dimiliki suatu daerah tujuan wisata dapat diberdayakan secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dengan adanya keikutsertaan masyarakat pengembangan pariwisata diharapkan dapat berkembang pesat karena ada dukungan atau dorongan dari berbagai aspek, pengembangan pariwisata sering dianggap lebih tepat dan proposional bagi kesejahteraan rakyat khususnya masyarakat lokal. Pengembangan pariwisata terlihat suatu pola relatif sama yaitu dilakukan dan dikelola agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya disekitar kawasan wisata.

2.1.12 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Pariwisata Bahari

Pemodelan kawasan wisata bahari dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari aspek fisik maupun non-fisik. Faktor-faktor ini harus diperhatikan agar model yang dihasilkan relevan, akurat, dan implementatif dalam mendukung pengembangan kawasan. Adapun faktor-faktor tersebut meliputi:

a. Daya Tarik Wisata

Faktor utama yang memengaruhi adalah keberadaan daya tarik wisata alam dan budaya. Daya tarik seperti keindahan pantai, keanekaragaman hayati laut, serta nilai-nilai budaya lokal merupakan komponen penting dalam menetapkan zona wisata dan mempengaruhi arah pengembangan kawasan (Nastiti & Umilia, 2013).

b. Ketersediaan Sarana dan Prasarana

Sarana seperti akses jalan, pelabuhan, penginapan, fasilitas sanitasi, serta layanan pendukung lainnya sangat menentukan kelayakan suatu kawasan untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata. Tanpa infrastruktur yang memadai, kawasan dengan potensi tinggi pun sulit berkembang secara optimal (Satryanto & Pamungkas, 2015).

c. Aksesibilitas Kawasan

Kemudahan akses menuju lokasi wisata, termasuk jalur transportasi darat, laut, dan udara menjadi penentu utama dalam menarik wisatawan. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan lebih cepat berkembang dibandingkan kawasan yang terpencil dan sulit diakses (Febrianingrum, 2016).

d. Partisipasi Masyarakat Lokal

Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan kawasan wisata mendorong keberlanjutan dan menciptakan rasa memiliki terhadap kawasan tersebut. Masyarakat yang terlibat aktif cenderung menjaga kelestarian lingkungan dan dapat menjadi pelaku langsung dalam aktivitas wisata (Ramdhan & Andriana, 2023).

e. Kebijakan dan Kelembagaan

Keberhasilan pemodelan kawasan juga sangat dipengaruhi oleh peran pemerintah daerah dan lembaga pengelola. Kebijakan tata ruang, regulasi lingkungan, serta dukungan kelembagaan menjadi landasan penting dalam mewujudkan kawasan wisata yang tertata dan berkelanjutan (Nastiti & Umilia, 2013).

f. Hubungan Antar Wilayah

Pariwisata secara eksplisit didefinisikan sebagai sebuah sistem keruangan terbuka yang melibatkan hubungan antar wilayah. Pengembangan pariwisata bahari adalah hasil dari efisiensi pola hubungan (interaksi) antara ketiga elemen sistem keruangan yaitu daerah asal wisatawan, daerah tujuan wisatawan, rute transit (Leiper, 1990).

2.1.13 Pola Hubungan Antar Wilayah

a. Teori Interaksi Spasial (*Spatial Interaction Theory*)

Teori interaksi spasial, yang dipopulerkan oleh Ullman (1956) adalah fondasi untuk memahami pergerakan barang, orang, dan informasi antar wilayah. Teori ini mengidentifikasi tiga faktor utama yang menentukan kekuatan interaksi antar dua wilayah:

1. Saling Melengkapi (*Complementarity*): Harus ada permintaan di satu wilayah (A) dan penawaran (surplus) di wilayah lain (B). Dalam pariwisata bahari, ini adalah hubungan klasik antara wilayah *asal wisatawan* (misalnya, kota besar) yang memiliki permintaan akan rekreasi (permintaan) dan wilayah tujuan (misalnya, pulau atau pesisir) yang memiliki atraksi bahari (penawaran).
2. Kemudahan Perpindahan (*Transferability*): Merujuk pada kemudahan, biaya, dan waktu yang diperlukan untuk memindahkan sesuatu (dalam hal ini, wisatawan) dari A ke B. Dalam pariwisata bahari, ini sangat bergantung pada ketersediaan dan keterjangkauan transportasi seperti penerbangan ke bandara pesisir, kapal feri antar

pulau, dan kapal wisata. Jika biaya atau waktu perjalanan terlalu tinggi, interaksi tidak akan terjadi meskipun ada komplementaritas.

3. Kesempatan Antara (*Intervening Opportunity*): Merujuk pada adanya alternatif ketiga (wilayah C) yang dapat memenuhi permintaan wilayah A dan lokasinya lebih dekat atau lebih murah daripada wilayah B. Misalnya, wisatawan dari Jakarta (A) mungkin lebih memilih Kepulauan Seribu (C) daripada Karimunjawa (B) jika C menawarkan atraksi serupa dengan akses yang lebih mudah, sehingga melemahkan hubungan A-B.

b. Teori Jaringan (*Network Theory*)

Pariwisata, terutama pariwisata bahari yang sering melibatkan gugusan pulau, tidak dapat dipahami hanya sebagai interaksi A-ke-B. Teori jaringan (*Network Theory*) memandang destinasi sebagai sebuah sistem yang terdiri dari simpul (*nodes*) dan tautan (*links*) (Hall, 2005).

1. Simpul (*Nodes*): Ini adalah lokasi-lokasi penting dalam jaringan, seperti bandara gerbang (*gateway*), pelabuhan utama, destinasi wisata individu (pulau), atau pusat layanan (kota).
2. Tautan (*Links*): Ini adalah koridor transportasi dan komunikasi yang menghubungkan simpul-simpul tersebut, seperti rute feri, jalur penerbangan perintis, atau bahkan paket tur *island-hopping*.

Pola hubungan antar wilayah dalam pariwisata bahari sangat ditentukan oleh struktur jaringan ini. Sebuah wilayah (pulau kecil) mungkin terisolasi atau berkembang pesat tergantung pada seberapa baik ia terhubung (sentralitasnya) dalam jaringan pariwisata regional (Hall, 2005).

c. Teori Kutub Pertumbuhan (*Growth Pole Theory*)

Dikembangkan oleh François Perroux dan diaplikasikan secara spasial oleh Boudeville (1966), teori ini relevan untuk memahami hubungan yang bersifat hierarkis antar wilayah. Teori ini menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak terjadi merata di semua tempat, melainkan terkonsentrasi di titik-titik tertentu (kutub pertumbuhan).

Dalam pariwisata bahari, sebuah *resort* besar, pelabuhan marina, atau destinasi utama (seperti Bali) dapat berfungsi sebagai kutub pertumbuhan. Wilayah ini menarik investasi dan wisatawan, yang kemudian menghasilkan efek tetesan (*spread effects*) ke wilayah sekitarnya (*hinterland*), misalnya pulau-pulau kecil di sekitarnya (seperti Nusa Lembongan dan Penida) yang menyediakan akomodasi sekunder, pasokan makanan, atau tur harian (Boudeville, 1966). Hubungan ini bisa bersifat simbiosis (saling menguntungkan) atau eksploitatif (hanya menguntungkan kutub utama).

d. Pola Hubungan Berbasis Konektivitas dan Aksesibilitas

Penelitian secara konsisten menunjukkan bahwa konektivitas transportasi adalah penentu utama pola interaksi dalam pariwisata bahari. Studi di kawasan kepulauan (seperti di Indonesia atau Filipina) menemukan bahwa rute feri dan penerbangan perintis tidak hanya mengikuti permintaan tetapi secara aktif menciptakan koridor wisata baru (Setiawan & Budi, 2019). Wilayah yang memiliki aksesibilitas tinggi ke "simpul" transportasi utama (bandara atau pelabuhan besar) cenderung mengembangkan industri pariwisata yang lebih maju. Sebaliknya, wilayah dengan atraksi unggul namun terisolasi secara transportasi (*transferability* rendah) akan kesulitan membentuk hubungan yang kuat dengan pasar wisatawan (Jones, 2020).

e. Model *Hub-and-Spoke* dalam Pariwisata Bahari

Banyak literatur mengidentifikasi model *Hub-and-Spoke* (Pusat dan Jejari) sebagai pola dominan dalam pariwisata bahari. Sebuah wilayah berfungsi sebagai *hub* (pusat) atau gerbang utama, biasanya kota besar dengan bandara internasional (misalnya, Denpasar, Makassar). Wisatawan kemudian didistribusikan dari *hub* ini ke berbagai *spoke* (jejari), yaitu destinasi-destinasi bahari yang lebih kecil di sekitarnya (misalnya, Gili, Wakatobi, Raja Ampat) (Jones, 2020). Pola ini menciptakan ketergantungan wilayah *spoke* pada *hub* untuk akses pasar, logistik, dan layanan pendukung.

f. Hubungan Kerjasama (*Cooperation*) vs. Kompetisi (*Competition*)

Hubungan antar wilayah destinasi bahari tidak selalu linear, tetapi sering kali bersifat kompleks, melibatkan kerjasama sekaligus kompetisi. Ketika beberapa destinasi (misalnya, beberapa pulau dalam satu gugusan) memiliki atraksi yang serupa (misalnya, pantai dan terumbu karang), mereka cenderung bersaing ketat untuk wisatawan yang sama (Wang & Pizam, 2011). Namun, penelitian lain menunjukkan tumbuhnya kesadaran akan *co-opetition* (kerjasama dalam kompetisi). Destinasi-destinasi yang berdekatan secara geografis mulai membentuk aliansi pemasaran bersama (*joint marketing*) atau menciptakan paket wisata komplementer (misalnya, satu pulau untuk menyelam, pulau lain untuk budaya) untuk meningkatkan daya tarik regional secara keseluruhan (Setiawan & Budi, 2019).

g. Aliran Sumber Daya dan Keterkaitan Lintas Wilayah

Hubungan antar wilayah tidak hanya terbatas pada pergerakan wisatawan. Penelitian tentang keterkaitan ekonomi (*economic linkages*) menunjukkan adanya aliran sumber daya yang signifikan. Wilayah destinasi bahari (pesisir) seringkali bergantung pada wilayah di pedalaman (*hinterland*) untuk pasokan penting seperti tenaga kerja, bahan pangan (pertanian), dan air bersih (Raharjo, 2021). Sebaliknya, wilayah *hinterland* menerima manfaat ekonomi melalui penjualan produk dan remitansi. Namun, studi juga menyoroti adanya kebocoran ekonomi (*economic leakage*) jika destinasi terlalu bergantung pada pasokan impor dari luar wilayah regional, yang melemahkan hubungan antar wilayah lokal (Raharjo, 2021).

2.1.14 Konsep-konsep Pemodelan Pengembangan Pariwisata

a. Konsep *Multiple Uses*

Konsep *multiple uses* merupakan pendekatan yang menekankan pada pemanfaatan sumber daya secara bersamaan untuk berbagai kepentingan, baik itu pariwisata, perikanan, konservasi, transportasi

laut, maupun kegiatan lainnya di wilayah pesisir dan laut. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk mengoptimalkan penggunaan ruang laut dan pesisir secara efisien, tanpa menimbulkan konflik antar sektor. Dalam konteks pengelolaan wilayah pesisir, konsep ini menjadi sangat penting karena karakteristik unik dari sumber daya pesisir itu sendiri.

Konsep *multiple uses* (sering juga disebut *multi-use*) adalah pendekatan manajemen yang mengakui bahwa suatu area laut atau pesisir dapat digunakan untuk lebih dari satu tujuan atau aktivitas secara simultan atau berurutan (Douvere, 2008). Konsep ini tumbuh dari kesadaran bahwa ruang laut adalah sumber daya yang terbatas, sementara permintaan untuk pemanfaatannya terus meningkat dari berbagai sektor (perikanan, pariwisata, transportasi, energi, konservasi).

Sedangkan menurut Dahuri (2003), konsep *multiple uses* dalam pengelolaan wilayah pesisir didasarkan pada prinsip pemanfaatan ruang yang terkoordinasi, agar setiap sektor dapat berkembang tanpa saling mengganggu. Hal ini sangat relevan dalam konteks pariwisata bahari, di mana kawasan wisata seringkali tumpang tindih dengan zona tangkap nelayan atau wilayah konservasi.

Menurut Douvere (2008) Prinsip dasar dari konsep *multiple uses* adalah:

- a. Ko-lokasi (*Co-location*): Menempatkan beberapa aktivitas yang kompatibel dalam satu area geografis yang sama.
- b. Sinergi (*Synergy*): Menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antar aktivitas. Contoh: limbah organik dari budidaya ikan dapat menjadi sumber nutrisi bagi ekosistem sekitar yang mendukung wisata selam.
- c. Minimisasi Konflik (*Conflict Minimization*): Mengelola interaksi antar pengguna untuk mengurangi atau menghilangkan dampak negatif satu sama lain melalui regulasi, zonasi, atau penjadwalan.

- d. Optimalisasi Ruang (*Space Optimization*): Menggunakan ruang laut secara lebih efisien untuk menghasilkan manfaat ekonomi, sosial, dan ekologis yang lebih besar dibandingkan dengan pendekatan penggunaan tunggal.

Konsep pemanfaatan ganda perlu memperhatikan keterpaduan dan keserasian berbagai macam kegiatan. Sementara itu, batas kegiatan perlu ditentukan. Dengan demikian pertentangan antar kegiatan dalam jangka panjang dapat dihindari atau diperkecil. Salah satu contoh penggunaan wilayah untuk pertanian, kehutanan, perikanan, alur pelayaran, rekreasi, pemukiman, lokasi industri dan juga sebagai tempat pembuangan sampah dan air limbah (Pagoray, 2003). Konsep ini adalah keterpaduan dan keserasian. Tanpa adanya perencanaan yang matang untuk mengintegrasikan berbagai kegiatan, pemanfaatan ganda justru dapat menimbulkan konflik dan degradasi lingkungan.

Wilayah pesisir berhubungan erat dengan zona pemanfaatan ganda (*multiple use zone*). Hal ini didasarkan pada beberapa alasan:

- a. Keberagaman Sumber Daya: Wilayah pesisir memiliki beragam sumber daya alam hayati (ikan, terumbu karang, mangrove) dan non-hayati (bahan tambang, energi) serta jasa-jasa lingkungan (keindahan alam untuk pariwisata).
- b. Aksesibilitas: Pesisir merupakan area yang mudah diakses dan menjadi pusat aktivitas ekonomi dan sosial.
- c. Tumpuan Berbagai Sektor: Berbagai sektor seperti perikanan, pariwisata, industri, perhubungan, dan permukiman bergantung pada ruang dan sumber daya di wilayah pesisir.

Implementasi konsep ini sering dikaitkan dengan pengelolaan wilayah pesisir secara terpadu (*Integrated Coastal Zone Management/ICZM*), yang bertujuan menyelaraskan berbagai kepentingan pembangunan secara berkelanjutan. Untuk dapat mewujudkan pembangunan wilayah pesisir secara berkelanjutan, diperlukan pengelolaan wilayah pesisir secara terpadu (*integrated*

coastal zone management). Pilihan ini didasarkan pada: (1) wilayah pesisir merupakan *multiple use zone* dimana terdapat lebih dari dua macam sumberdaya alam dan jasa-jasa lingkungan serta terdapat lebih dari dua macam pemanfaatan kawasan pesisir; (2) karakteristik dan dinamika alamiah sumber daya pesisir dan lautan yang secara ekologis saling terkait satu sama lain termasuk dengan ekosistem lahan atas; (3) wilayah pesisir dihuni lebih dari satu kelompok etnis yang memiliki preferensi mata pencaharian yang berbeda (Ramdan, 2022).

Konsep *multiple uses* termasuk dalam 15 prinsip dasar dalam Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Lautan Secara Terpadu (PWPLT), dimana pemanfaatan multiguna (*multiple uses*) merupakan kunci keberhasilan dalam pembangunan wilayah pesisir dan lautan secara berkelanjutan (Suryanti, 2019).

b. Konsep Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) adalah pendekatan pengembangan pariwisata yang menekankan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial budaya masyarakat lokal. Konsep ini muncul sebagai respons terhadap dampak negatif yang ditimbulkan oleh aktivitas pariwisata massal terhadap lingkungan alam dan kehidupan sosial masyarakat di destinasi wisata.

Menurut *World Tourism Organization* (2005) pariwisata berkelanjutan adalah “*tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment, and host communities.*” Dengan kata lain, pariwisata berkelanjutan tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek, melainkan juga menjamin keberlangsungan sumber daya yang menjadi daya tarik wisata di masa mendatang. Tiga pilar utama dalam pariwisata berkelanjutan meliputi:

1) Aspek Lingkungan

Pengembangan pariwisata harus memperhatikan pelestarian sumber daya alam, seperti hutan, laut, dan keanekaragaman hayati. Kegiatan wisata harus dirancang agar tidak merusak lingkungan, serta mampu menjaga daya dukung ekosistem secara berkelanjutan.

2) Aspek Sosial Budaya

Pariwisata harus menghargai nilai-nilai budaya dan tradisi lokal, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat setempat. Hal ini penting untuk menjaga identitas dan warisan budaya, sekaligus meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

3) Aspek Ekonomi

Pengembangan pariwisata harus mampu memberikan manfaat ekonomi secara adil kepada semua pihak, terutama masyarakat lokal. Keberlanjutan ekonomi juga berarti adanya pendapatan yang stabil dan kesempatan kerja jangka panjang di sektor pariwisata.

Pariwisata berkelanjutan bertujuan menciptakan keseimbangan antara kebutuhan wisatawan, pelaku industri, lingkungan, dan masyarakat lokal melalui perencanaan dan pengelolaan yang bertanggung jawab (Fandeli & Mukhlison, 2000).

c. Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Komunitas

Model pengembangan pariwisata berbasis komunitas atau *Community-Based Tourism* (CBT) merupakan pendekatan yang menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam proses perencanaan, pengelolaan, dan pemanfaatan hasil dari kegiatan pariwisata. Tujuan utama dari model ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara langsung serta menjaga keberlanjutan lingkungan dan budaya lokal.

Menurut Scheyvens (1999), pengembangan pariwisata berbasis komunitas mengedepankan prinsip-prinsip partisipasi aktif, pemberdayaan masyarakat, distribusi manfaat yang adil, serta pelestarian nilai-nilai lokal. Dalam praktiknya, masyarakat tidak hanya menjadi objek pariwisata, tetapi juga subjek yang memiliki kendali terhadap pengelolaan destinasi dan aktivitas wisata.

Model ini juga diyakini mampu mengurangi ketimpangan sosial dan ekonomi akibat pariwisata konvensional yang cenderung dikuasai oleh investor eksternal. Aspek penting dalam CBT meliputi:

- 1) Keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan
- 2) Kepemilikan lokal atas fasilitas dan usaha wisata
- 3) Pelestarian budaya dan lingkungan
- 4) Pendidikan dan pelatihan masyarakat tentang pariwisata

CBT telah banyak diterapkan di berbagai negara, termasuk Indonesia, terutama di kawasan desa wisata, wisata adat, dan ekowisata. Model ini menjadi sangat relevan dalam konteks pembangunan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan.

Suansri (2003) menambahkan bahwa CBT berlandaskan pada prinsip keadilan sosial, pelestarian lingkungan, dan penghormatan terhadap budaya lokal. Oleh karena itu, CBT tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata, melainkan juga memperkuat identitas budaya dan keberlanjutan ekologis destinasi wisata.

Model CBT biasanya dijalankan melalui pembentukan kelembagaan lokal seperti kelompok sadar wisata (pokdarwis), koperasi pariwisata, atau badan usaha milik desa (BUMDes) yang memungkinkan masyarakat untuk mengelola objek wisata, menyediakan jasa pemanduan, akomodasi, kuliner, serta kerajinan tangan khas daerah.

Keberhasilan pengembangan pariwisata berbasis komunitas sangat bergantung pada beberapa faktor utama, antara lain:

- A. Kapasitas sumber daya manusia lokal

- B. Dukungan pemerintah dan kebijakan yang berpihak pada masyarakat
- C. Ketersediaan akses terhadap pelatihan, permodalan, dan pasar
- D. Pelibatan pihak eksternal (LSM, akademisi, swasta) sebagai mitra pendamping

d. Model Pariwisata Berbasis Digital

Model pengembangan pariwisata digital adalah pendekatan pengembangan destinasi dan layanan pariwisata yang mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), terutama internet, media sosial, dan perangkat digital lainnya untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih interaktif, efisien, dan personal.

Menurut Buhalis & Law (2008) digitalisasi dalam pariwisata mencakup penggunaan teknologi dalam seluruh siklus perjalanan wisatawan, mulai dari pencarian informasi, pemesanan tiket, navigasi destinasi, hingga evaluasi pengalaman pasca kunjungan. Pengembangan pariwisata digital juga mencakup strategi pemasaran digital (*digital marketing*), *virtual tour*, *big data*, hingga pemanfaatan *artificial intelligence* dalam memberikan layanan yang sesuai kebutuhan wisatawan.

Ciri utama dari model ini antara lain:

- 1) Pemanfaatan platform digital seperti situs web, media sosial, dan aplikasi *mobile*.
- 2) Integrasi sistem informasi destinasi dan data perilaku wisatawan.
- 3) Dukungan terhadap *smart tourism* dan transformasi digital di destinasi.
- 4) Kemudahan dalam promosi, reservasi, dan pengelolaan destinasi secara *real time*.

Model pariwisata digital sangat relevan di era industri 4.0 dan pasca-pandemi COVID-19, di mana preferensi wisatawan bergeser ke arah pengalaman yang aman, efisien, dan berbasis teknologi. Dengan

mengadopsi model ini, destinasi wisata dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat *brand image* secara global.

2.1.15 Pemanfaatan Sumber Daya Alam Bahari

Pemanfaatan sumber daya alam bahari dengan konsep *multiple uses* yang mempertimbangkan prinsip berkelanjutan harus mampu mengintegrasikan tiga fungsi utama secara sinergis antara rekreasi (sebagai motor ekonomi), konservasi (sebagai fondasi ekologi), dan edukasi (sebagai penambah nilai dan pembangun kesadaran).

Konsep *multiple uses* dalam pariwisata bahari adalah sebuah pendekatan manajemen terpadu yang melihat kawasan pesisir sebagai satu kesatuan ekosistem yang harus dikelola secara holistik. Keberhasilan model ini bergantung pada keseimbangan dinamis antara tiga pilar utama.

1. **Pilar Rekreasi (Pemanfaatan Ekonomi):** Pilar rekreasi adalah fungsi utama yang paling umum dari pariwisata. Hal ini mencakup segala aktivitas yang bertujuan untuk kesenangan, relaksasi, dan hiburan, seperti berenang, snorkeling, wisata kuliner, dan olahraga air. Dalam model *multiple uses*, rekreasi adalah mesin penggerak ekonomi yang menghasilkan pendapatan (PAD), menciptakan lapangan kerja, dan mendorong multiplier effect bagi masyarakat lokal (Sari & Wijaya, 2022). Namun, pilar ini harus dikelola dengan prinsip daya dukung agar tidak merusak dua pilar lainnya.
2. **Pilar Konservasi (Fondasi Ekologi):** Konservasi adalah prasyarat mutlak bagi keberlanjutan pariwisata bahari. Tanpa ekosistem yang sehat (terumbu karang yang hidup, mangrove yang lebat, dan air laut yang jernih) daya tarik rekreasi akan hilang. Pilar konservasi mencakup perlindungan habitat kritis, pengelolaan limbah, rehabilitasi ekosistem, dan penerapan regulasi zonasi (Pratama, 2020). Dalam kerangka *multiple uses*, konservasi bukan dilihat

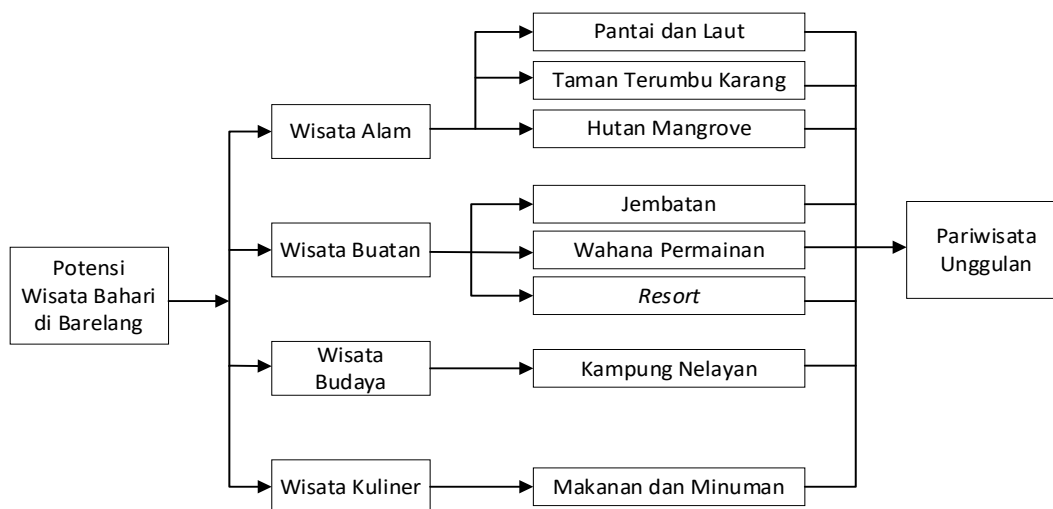
sebagai biaya, melainkan sebagai investasi jangka panjang yang melindungi aset utama pariwisata itu sendiri.

3. **Pilar Edukasi (Peningkatan Nilai dan Kesadaran)** Pilar edukasi (*edutourism*) berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan rekreasi dan konservasi. Fungsi ini mengubah paradigma wisatawan dari sekadar konsumen menjadi partisipan yang sadar lingkungan (Nugroho & Purnomo, 2021). Aktivitas edukasi dapat berupa pusat interpretasi, jalur jelajah mangrove (*mangrove trail*), program adopsi terumbu karang, atau wisata sejarah budaya. Edukasi tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan tetapi juga membangun dukungan publik untuk upaya konservasi.

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Potensi Wisata Batam, Rempang, Galang (Barelang) di Kota Batam

Potensi wisata yang ada di Batam, Rempang, Galang (Barelang) merupakan salah satu wisata unggulan di Kota Batam yang memiliki keindahan alam serta wisata bahari.



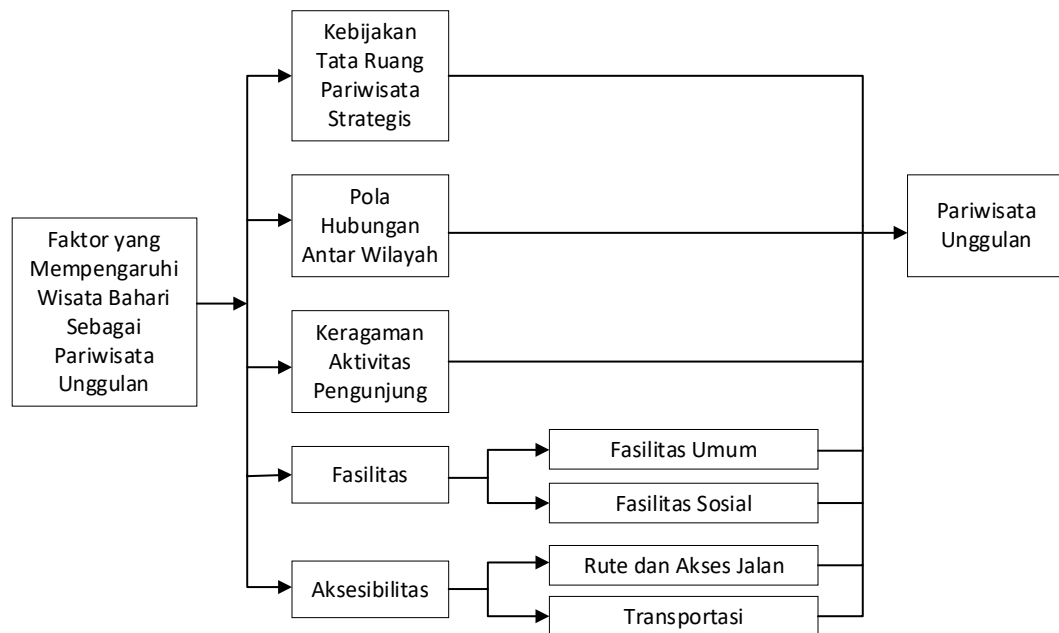
Sumber: Hasil Pengelolaan Data Penelitian 2025

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 1

Dalam penelitian ini akan mengkaji potensi wisata yang ada di Batam, Rempang, Galang (Barelang) seperti potensi wisata alam, potensi

wisata buatan, potensi budaya dan sosial, dan potensi wisata kuliner sehingga dapat mendukung pariwisata unggulan Kota Batam.

2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pariwisata Batam, Rempang, Galang (Barelang) Sebagai Pariwisata Unggulan Kota Batam

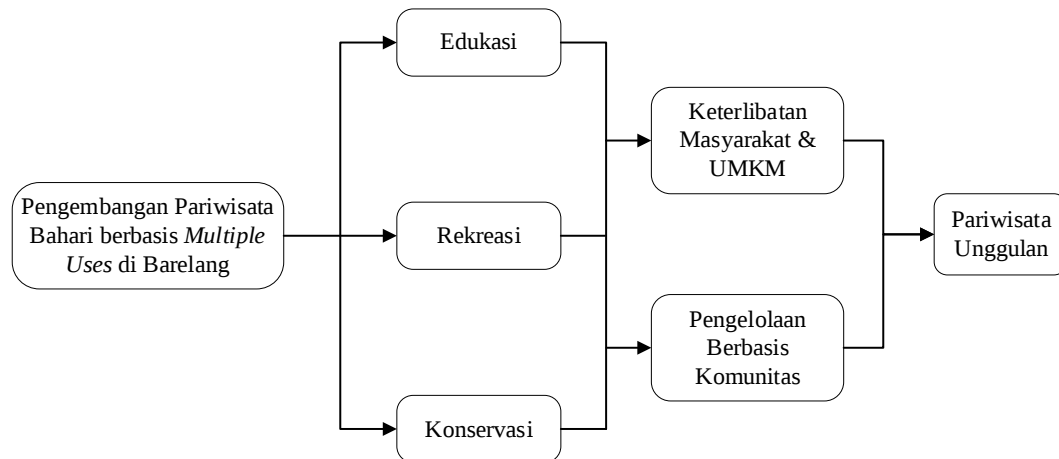


Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian 2025

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual 2

Berdasarkan hal itu maka terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Batam, Rempang, Galang (Barelang) sebagai pariwisata unggulan di Kota Batam. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis faktor yang mempengaruhi diantaranya kebijakan tata ruang pariwisata strategis, pola hubungan antar wilayah, keragaman aktivitas pengunjung, fasilitas, dan aksesibilitas.

2.2.3 Pengembangan Pariwisata Berbasis *Multiple Uses* Pada Objek Wisata Barelang Di Kota Batam



Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian 2025

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual 3

Berdasarkan hal itu maka terdapat beberapa pemanfaatan sumber daya alam bahari di Batam, Rempang, Galang (Barelang) yang dapat mewujudkan pariwisata unggulan Kota Batam. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis pemanfaatan sumber daya alam bahari untuk kegiatan edukasi, rekreasi, dan konservasi.

2.3 Penelitian yang Relevan

Penelitian dengan tema yang serupa pernah dilakukan oleh lima peneliti yaitu oleh Tesa Rahmawati pada tahun 2024 dengan judul "Pengelolaan Pariwisata Berbasis Potensi Sumber Daya Alam Melalui Model *Multiple Uses* dalam Mendukung Perwujudan *Geopark* Galunggung (Studi Pada Kawasan Objek Wisata Wahana Alam Parung Di Kabupaten Tasikmalaya)", yang kedua oleh Febi Hendra, dkk pada tahun 2023 pada Jurnal Al Qalam dengan judul "Pemanfaatan Potensi Sosial Infrastruktur dan Wisata Bahari Kelurahan Sijantung Kecamatan Galang Kota Batam", yang ketiga oleh Hendra Syaiful, dkk pada tahun 2023 pada Jurnal Mata Pariwisata dengan judul "Analisa Dampak Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Pulau Abang Terhadap Masyarakat", yang keempat oleh Devi Valeriani dan Aning Kesuma Putri pada tahun 2020 pada Jurnal Society dengan judul

“Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Belitung: Persepsi Wisatawan”, dan yang kelima oleh Ni Luh Kardini pada tahun 2020 pada Jurnal Satyagraha dengan judul ”Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisatawan Dalam Pengembangan Pariwisata Bahari Di Pantai Tanjung Benoa”.

Tabel 2.1
Penelitian yang Relevan

1. Tesa Rahmawati (2024-Tesis Pendidikan Geografi)	
Judul	Pengelolaan Pariwisata Berbasis Potensi Sumber Daya Alam Melalui Model <i>Multiple Uses</i> dalam Mendukung Perwujudan <i>Geopark</i> Galunggung (Studi Pada Kawasan Objek Wisata Wahana Alam Parung Di Kabupaten Tasikmalaya)
Kajian Penelitian	1. Potensi wisata wahana alam parung dalam mendukung perwujudan <i>Geopark</i> Galunggung di Kabupaten Tasikmalaya 2. Faktor-faktor yang mendorong wisata wahana alam parung dalam mendukung perwujudan <i>Geopark</i> Galunggung di Kabupaten Tasikmalaya 3. Bagaimanakah pengelolaan pariwisata berbasis potensi sumber daya alam melalui model <i>multiple uses</i> pada objek wisata wahana alam parung di Kabupaten Tasikmalaya?
Metode Penelitian	Metode penelitian deskriptif kualitatif
2. Febi Hendra Masfar, dkk (2023-Jurnal Al Qalam)	
Judul	Pemanfaatan Potensi Sosial Infrastruktur dan Wisata Bahari Kelurahan Sijantung Kecamatan Galang Kota Batam
Kajian Penelitian	4. Sosial infrastruktur dan potensi wisata dalam pengembangan pariwisata di wilayah Kelurahan Sijantung Kecamatan Galang Kota Batam. 5. Pengembangan infrastruktur yang telah dan akan dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Batam guna pengembangan di wilayah Kelurahan Sijantung Kecamatan Galang Kota Batam.
Metode Penelitian	Metode penelitian deskriptif kualitatif
3. Hendra Syaiful, dkk (2023-Jurnal Mata Pariwisata)	

Judul	Analisa Dampak Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Pulau Abang Terhadap Masyarakat
Kajian Penelitian	Elaborasi manajemen resiko dan dampak pengembangan destinasi wisata bahari Pulau Abang
Metode Penelitian	Metode penelitian deskriptif kualitatif
4. Devi Valeriani dan Aning Kesuma Putri (2020-Jurnal Society)	
Judul	Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Belitung: Persepsi Wisatawan
Kajian Penelitian	Bagaimanakan kesenjangan antara tingkat kepuasan dan pentingnya komponen pendukung pariwisata terhadap wisatawan yang mengunjungi tujuan wisata di Kabupaten Belitung.
Metode Penelitian	Metode penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan <i>performance analysis</i> .
5. Ni Luh Kardini (2020-Jurnal Satyagraha)	
Judul	Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisatawan Dalam Pengembangan Pariwisata Bahari Di Pantai Tanjung Benoa
Kajian Penelitian	1. Faktor yang mempengaruhi daya tarik wisata dalam pengembangan pariwisata bahari di Pantai Tanjung Benoa 2. Cara meningkatkan daya tarik pariwisata Bahari di Pantai Tanjung Benoa? 3. Dampak jika sarana dan prasarana di obyek wisata Tanjung Benoa tidak terjaga dengan baik
Metode Penelitian	Metode penelitian deskriptif kualitatif

Sumber: Hasil Studi Pustaka 2025

Perbandingan kelima penelitian relevan diatas dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, metode penelitian, dan judul penelitian, sedangkan persamaannya membahas mengenai pengembangan pariwisata.

2.4 Pertanyaan Penelitian

2.4.1 Bagaimanakah Potensi Wisata Bahari Batam, Rempang, Galang (Barelang) untuk Mendukung Pariwisata Unggulan di Kota Batam?

1. Apa sajakah yang menjadi potensi wisata di wisata bahari Barelang?

2. Potensi alam apa sajakah yang disuguhkan di wisata bahari Barelang dalam mendukung perwujudan destinasi unggulan Kota Batam?
3. Apakah potensi wisata alam dimanfaatkan dengan baik dan ramah lingkungan serta berkelanjutan?
4. Potensi wisata buatan apa sajakah yang terdapat di objek wisata bahari Barelang dalam mendukung perwujudan destinasi unggulan Kota Batam?
5. Wahana bermain apa sajakah yang ada di objek wisata bahari Barelang?
6. Potensi wisata budaya apa sajakah yang terdapat di objek wisata bahari Barelang dalam mendukung perwujudan destinasi unggulan Kota Batam?
7. Apakah dengan adanya wisata edukasi dapat menambah pengetahuan dan wawasan?
8. Potensi wisata kuliner apa sajakah yang terdapat di objek wisata bahari Barelang dalam mendukung perwujudan destinasi unggulan Kota Batam?
9. Apakah dengan adanya kuliner di objek wisata bahari Barelang anda merasa puas berkunjung kesini?

2.4.2 Faktor-faktor Apa Sajakah yang Mempengaruhi Pariwisata Batam, Rempang, Galang (Barelang) Sebagai pariwisata Unggulan di Kota Batam?

1. Apa saja kebijakan yang mengatur tentang objek wisata bahari Barelang?
2. Bagaimana implementasi kebijakan tersebut?
3. Bagaimana pola hubungan antar wilayah sekitar objek wisata bahari Barelang?
4. Bagaimana keragaman aktifitas pengunjung di objek wisata bahari Barelang?
5. Bagaimanakah kondisi fasilitas di objek wisata bahari Barelang?

6. Fasilitas apa sajakah yang ada di objek wisata bahari Bareleng untuk mendukung dalam perwujudan destinasi unggulan Kota Batam?
7. Bagaimanakah kondisi aksesibilitas untuk menuju objek wisata bahari Bareleng ini?
8. Apakah dengan kondisi aksesibilitas tersebut dapat mendorong objek wisata bahari Bareleng untuk mendukung dalam perwujudan destinasi unggulan Kota Batam?

2.4.3 Bagaimanakah Pengembangan Pariwisata Berbasis *Multiple Uses* Pada Objek Wisata Bahari Bareleng di Kota Batam?

1. Apa jenis aktivitas wisata yang Anda lakukan saat berkunjung ke Bareleng (misalnya: wisata edukasi, rekreasi, dan konservasi)?
2. Apakah Anda merasa wisata Bareleng dikembangkan dengan baik untuk melayani berbagai jenis wisatawan (keluarga, petualang, edukatif, dll)?
3. Apakah menurut Anda kawasan Bareleng dapat mendukung kunjungan berulang dengan ragam aktivitas yang berbeda?
4. Apakah Anda pernah mengalami konflik atau ketidaknyamanan karena tumpang tindih antara aktivitas wisata (misalnya antara wisata bahari dan industri/perikanan)?
5. Apa yang bisa dikembangkan dari sisi pengelolaan agar pengalaman wisata lebih menarik dan terintegrasi?
6. Apa rencana pengembangan jangka panjang untuk memastikan kesinambungan antara ekonomi, ekologi, dan sosial di kawasan Bareleng dengan pendekatan *multiple uses* ?