

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Teoritis

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah suatu sistem yang multikompleks, dengan berbagai aspek yang saling terkait dan saling mempengaruhi antara sesama dan merupakan fenomena sosial yang sangat kompleks dan bersifat multisektoral serta bagian dari budaya masyarakat, yaitu berkaitan dengan cara penggunaan waktu senggang / *leisure time* yang dimiliki seseorang. (Undang-Undang No. 10 Tahun 2009)

Pandangan demikian itu menimbulkan berbagai persepsi dan pemahaman terhadap pariwisata sebagai sebuah konsep, sebagai industri, sebagai aktivitas, maupun sebagai sistem. Dengan pemahan demikian, pariwisata dapat disoroti dari berbagai sudut pandang. Kompleksitas pariwisata yang dimaksud antara lain: pariwisata sebagai pengalaman manusia, pariwisata sebagai perilaku sosial, pariwisata sebagai fenomena geografis, pariwisata sebagai sumber daya, pariwisata sebagai industri. Karena pariwisata menyangkut manusia dan masyarakat, maka pariwisata sangat sesuai untuk dijadikan objek. (Spillane, 2001: 22)

2. Jenis-jenis pariwisata

Menurut Muljadi (2014: 58) mengemukakan jenis-jenis pariwisata adalah sebagai berikut:

a. Wisata budaya

Wisata budaya merupakan perjalanan wisata ke tempat lain atau ke luar negeri yang dilakukan dengan maksud untuk mengetahui dan mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat, cara hidup, budaya, dan seni masyarakat di lokasi yang dituju.

b. Wisata Kesehatan

Wisata kesehatan dapat diartikan sebagai perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari demi kepentingan beristirahat, dalam arti jasmani dan rohani. Objek wisatnya antara lain mata air panas, tempat dengan iklim udara menyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas kesehatan seperti rumah sakit, balai kesehatan lainnya.

c. Wisata olahraga

Konsep wisata olahraga adalah perjalanan yang ditujukan untuk berolahraga atau sengaja mengambil bagian dalam kegiatan olahraga baik resmi maupun tidak, di suatu tempat.

Misalnya Asian Games, Olimpiade, Thomas Cup, memancing, berenang, dan lainnya.

d. Wisata Komersil

Wisata komersil merupakan perjalanan dengan tujuan untuk mengunjungi kegiatan-kegiatan komersial seperti pameran, bussines expo, dan pekan raya yang bersifat komersil.

e. Wisata Industri

Wisata industri dapat dicontohkan seperti kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, ke suatu daerah atau kompleks perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.

f. Wisata Politik

Wisata politik yakni kegiatan perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian aktif dalam peristiwa kegiatan politik baik di dalam negeri maupun mancanegara. Misalnya menghadiri perayaan 17 Agustus di Jakarta, penobatan raja, kongres, dan lainnya.

g. Wisata Konvensi

Wisata konvensi dapat diartikan sebagai perjalanan ke satu wilayah dengan tujuan untuk menghadiri kegiatan-kegiatan konvensi seperti rapat kerja, musyawarah nasional, dan sebagainya. Contoh pertemuan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT), APEC, KTT Asean dan lainnya. Dewasa ini wisata konvensi lebih dikenal dengan sebutan wisata MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions).

Yakni wisata yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan pertemuan dan pameran yang mempertemukan banyak orang.

h. Wisata Sosial

Wisata sosial bisa dijelaskan sebagai pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan. Misalnya, bagi kaum buruh, petani, atau anak panti asuhan.

i. Wisata pertanian

Wisata jenis ini dapat dicontohkan seperti perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan, dan sebagainya untuk tujuan studi maupun riset.

j. Wisata Maritim atau Bahari

Wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, seperti liburan di pantai, teluk, atau laut. Aktivitasnya dapat berupa berjemur, memancing, berlayar, lomba renang, kompetisi perahu, berselancar, dan lainnya.

k. Wisata cagar alam

Wisata jenis ini mengkhususkan pada kunjungan ke daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan, dengan tujuan untuk menikmati keindahan alam, menghirup udara segar, melihat berbagai binatang atau tumbuhan.

l. Wisata Buru

Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digerakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.

m. Wisata Pilgrim

Wisata ini banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat, dan kepercayaan umat atau kelompok masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan ke tempat-tempat suci, makam-makam orang besar atau pemimpin misalnya, Vatikan, Mekkah, Candi Borobudur, Pura Besakih, atau makam Wali Songo.

3. Prasarana Pariwisata

Pembangunan prasarana wisata yang mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan aksesibilitas atau objek wisata yang pada gilirannya akan dapat meningkatkan daya tarik objek wisata itu sendiri. Kebutuhan wisatawan yang lain juga perlu disediakan di daerah tujuan wisata, seperti bank, apotik, rumah sakit, pom bensin, pusat-pusat perbelanjaan, dan lain sebagainya. (Yoeti, 1987: 10)

Dalam melaksanakan pembangunan prasarana wisata perlu dilakukan koordinasi yang mantap antara instansi terkait bersama dengan instansi pariwisata diberbagai tingkat, dukungan instansi terkait dalam membangun prasarana wisata sangat diperlukan bagi pengembangan pariwisata di daerah. Koordinasi di tingkat perencanaan yang dilanjutkan

dengan koordinasi tingkat pelaksanaan merupakan modal utama suksesnya pembangunan pariwisata.

Dalam pembangunan prasarana pariwisata pemerintah lebih dominan karena pemerintah dapat mengambil manfaat ganda dari pembangunan tersebut, seperti yang meningkatkan arus informasi, arus lalu lintas ekonomi, arus mobilitas manusia antara daerah dan sebagainya, yang tentu saja dapat meningkatkan kesempatan berusaha dan bekerja masyarakat.

Prasarana pariwisata adalah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya.

4. Daya Tarik Wisata

Menurut Sunaryo (2013: 27), untuk mempromosikan dan menjual produk wisata harus memiliki daya tarik misalnya bentuk alam yang umumnya masih tumbuh berkembang sesuai dengan matra ruang dan waktu, yang umumnya juga berhenti seandainya matra ruang dan waktu sudah tidak menunjang justru sebaliknya, ikut mematikan perkembangan hingga setapak demi setapak menyusut sebelum musnah sama sekali. Bentuk alam yang dalam tahap penyusutan disebut warisan alam. Adapun yang hasilnya oleh alam baik benda padat, cair, maupun gas, hayati maupun non hayati, selalu memiliki latar belakang runtunan terjadinya, serta bentuk dan ukurannya sesuai dengan matra ruang dan waktu.

Terpadunya kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya dalam suatu masyarakat yang makin mantap dan seimbang akan ikut mendorong budaya masyarakat terus berkembang untuk merambah dan manfaat berbagi sumberdaya tata alam yang ada di sekitarnya. Perambah yang dipacu oleh suatu masyarakat yang mulai berkembang tata alam yang ada di sekitarnya. Perambahan yang dipacu oleh suatu masyarakat yang mulai berkembang tata sosial, ekonomi, dan budayanya, umumnya akan mengubah tata alam yang masih murni menjadi tata alam binaan ini sepanjang masih mengacu pada asas pencagaran, kemungkinan terjadinya kerusakan tata lingkungan boleh dikatakan amat kecil dan ada kalanya justru dapat dicegah. Umumnya, pengubah tata alam yang dilakukan di daerah dataran yang subur dan cakupan air dapat menunjang kesejahteraan kehidupan masyarakatnya.

Sumberdaya yang ada dalam tata alam bukan hanya yang dapat digali, atau ditebang atau yang dapat dikembangkan tetapi juga tata ruang alam yang dapat dimanfaatkan sebagai tempat bermukim, bermasyarakat dan berbudaya. Perbedaan bentuk alam ini antara lain disebabkan oleh tata geologi daerah setempat yang tidak pernah sama dengan tata geologi di mana pun juga dipermukaan bumi. Sementara itu pengaruh imbas yang di timbulkannyapun akan membentuk bentukan alam non hayati dan hayati lainnya yang selalu beda manfaatnya. Tetapi manfaat yang diperlukan untuk memenuhi kehidupan masing-masing kelompok

manusia sesuai dengan masyarakat yang dibinanya dapat saja tinggi nilainya sama.

a. Daya Tarik Wisata Alam

Di dalam tata alam terpadu berbagai bentukan alam hayati dan non hayati, dan satu dengan yang lainnya terjalin dalam satu ekosistem hingga membentuk daya dukung lingkungan yang mantap. Masing-masing unsur yang terpadu memang memiliki daya tahan yang tidak sama besarnya, tetapi dapat saling mengisi seandainya salah satu diantaranya rusak atau musnah. Berbicara masalah daya tarik wisata alam, mengingatkan bahwa tata alam memiliki paling tidak tiga tahapan penampilan, maka hal itu perlu dipelajari.

Penampilan pertama ialah tahapan pembangunan, yaitu tahap membentuk diri sampai puncak yang optimal. Kemudian tahap penampilan puncak optima, dan tiga tahap penyusutan. Tahapan pertama atau masa pembangunan disebut juga tahap muda atau *young stage*, tahap kedua disebut tahap dewasa atau *maturity stage*, dan tahap ketiga atau tahap penyusutan disebut tahap tua atau *old stage*, setiap tahapan tidak memiliki masa tampilan yang sama kurun waktunya, dan demikian pula dengan tata alamnya.

Tata waktu lingkungan yang sangat erat kaitannya dengan matra ruang dan waktu pengaruhnya amat besar pada kelangsungan hidup suatu bentuk alam. Karena itu kalau tata lingkungannya mendukung maka akan memberikan dampak positif, tetapi seandainya tidak

mendukung, dampaknya negatif, tetapi hasil kerjanya dapat dikatakan positif sesuai dengan sudut pandang kepentingannya.

b. Daya Tarik Wisata Masyarakat

Dimana saja masyarakat ditemukan, unsur sosial, ekonomi, dan budaya, selalu menjadi muatannya. Mulai tiga unsur itulah manusia bermukim dan bermasyarakat dan berlindung di dalam tata alam. Bermasyarakat dengan tata alam bertujuan agar kebutuhan untuk memenuhi hajat hidup berupa sandang, pangan, dan papan selalu terjamin.

Sementara itu, berlindung dalam tata alam bertujuan agar keselamatan, kesehatan, kenyamanan, dan ketentraman hidup juga terjamin. Semuanya ini dapat diperoleh seandainya masyarakat tersebut dipimpin oleh seorang ketua masyarakat yang arif dan terampil mengelola lingkungan hidupnya.

Kearifan yang seterusnya menjadi peraturan hukum tidak tertulis dan biasanya disebut hukum adat, sampai sekarang masih banyak dijumpai dimana saja termasuk Indonesia. Tata masyarakat di setiap tempat selalu berbeda ini disebabkan oleh tata alam, topografi medan, dan tersedianya sumberdaya alam. Oleh karena itu, tata masyarakat di daerah pegunungan, tentu ada perbedaan dengan tata masyarakat daerah ngarai. Begitu pula dengan masyarakat daerah pantai. Perbedaan tata ini di sebabkan oleh pengaruh tata alam,

terutama keanekaragaman sumberdaya alam dan terpadu secara alamiah.

c. Daya Tarik Wisata Binaan

Jenis daya tarik binaan amat banyak dan sudah ada sejak ratusan, bahkan ribuan tahun yang lalu. Walaupun bangunan atau hasil binaan manusia tersebut, pada saat dibangun tidak untuk kepentingan pariwisata, namun keberadaannya sekarang sangat menarik. Daya tarik tersebut antara lain keunikan penampilan, latar belakang sejarah, dan fungsinya yang jauh berbeda dengan selera masa kini. Bangunan hasil binaan manusia masa lalu tersebut jenisnya memang banyak, tetapi jumlah sudah amat menyusut sehingga sudah berubah menjadi wisata langka.

5. Dampak pengembangan Pariwisata

Pembangunan pariwisata diakui banyak mendatangkan manfaat pada masyarakat setempat dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya di daerah tempat pariwisata itu berkembang, namun jika pembangunannya tidak dilaksanakan dengan baik, atau tidak direncanakan sebelumnya, pariwisata justru dapat merugikan/berdampak negatif.

Oleh karena itu, sebelum pembangunan dilaksanakan, perlu disusun rencana supaya pelaksanaannya menjadi lebih cepat diselesaikan, lebih efektif dalam penggunaan sumberdaya, dapat mendatangkan banyak manfaat, dan dampak negatifnya dapat diminimalkan. Dampak

pengembangan pariwisata yaitu dampak sosial, dampak budaya, dampak ekonomi, dampak lingkungan alam. (I Ketut Surya Diarta, 2009: 185)

a. Dampak Sosial

Kajian sosial lebih lanjut terhadap pengembangan pariwisata ini menunjukkan adanya beberapa hal yang perlu dicermati, misalnya mengenai penilaian terhadap dampak sosial pembangunan pariwisata. Mengenai distribusi keuntungan yang diperoleh dari pembangunan pariwisata, juga pengaruhnya terhadap nasib penduduk lokal struktur sosial, sampai sekarang masih belum banyak diketahui.

Pada awal perkembangannya, terutama apabila pembangunan pariwisata masih berlangsung secara perlahan-lahan dan bertahap, peluang kerja yang ditimbulkannya lebih banyak menguntungkan penduduk lokal, ternyata kondisi demikian itu tidak berlangsung secara berkelanjutan. Pembangunan pariwisata sering kali bahkan lebih banyak memperkuat struktur kekuasaan yang ada. Seperti halnya dengan yang terjadi didalam bentuk-bentuk modernisasi lainnya, meningkatnya industri pariwisata dapat mengakibatkan struktur ekonomi dan politik masyarakat menjadi semakin timpang, tergantung pada siapa yang memperoleh keuntungan dari perkembangan yang terjadi. Dampak sosial pembangunan pariwisata cukup luas, namun tidak mudah untuk dinilai. Mekanismenya dapat dideteksi dan konteks hubungan yang terjadi antara wisatawan dan masyarakat lokal, antara lain: wisatawan membeli barang-barang dan jasa-jasa yang ditawarkan

oleh penduduk lokal; wisatawan dan penduduk secara kebetulan berdampingan satu sama lain, seperti di pantai atau tempat hiburan malam; dan mereka saling bertemu dengan tujuan untuk bertukar informasi. Namun demikian, dalam konteks perkembangan pariwisata yang bersifat masif, kondisi seperti itu tidak terjadi dan masyarakat justru tidak banyak mendapat keuntungan, bahkan kemungkinan mereka merasa terganggu atau bahkan merasa dirugikan.

b. Dampak Budaya

Dampak budaya pembangunan pariwisata, terjadi melalui hubungan-hubungan sosial yang dibawa kedalam iklim ekonomi. Hal seperti itu pada akhirnya akan mengkondisikan terjadinya suatu perubahan budaya. Dampak pariwisata terhadap perubahan nilai-nilai budaya berada didalam hubungan-hubungan, komersial, dan bahwa hubungan sosial bersifat non-ekonomi hanya merupakan suatu bagian pengalaman pinggiran didalam keseluruhan pengalaman yang diperoleh dari terjadinya hubungan antara wisatawan dengan masyarakat setempat.

c. Dampak Ekonomi

Pengembangan pariwisata banyak mendatangkan manfaat ekonomi, tetapi jika tidak direncanakan dengan baik, akan menimbulkan dampak yang cukup banyak. Dampak ekonomi yang dimaksud adalah:

- 1) Pekerjaan yang diciptakan melalui pariwisata mungkin rendah bayarnya dan memerlukan sedikit keterampilan.
 - 2) Peningkatan harga mungkin merupakan hasil dari bisnis lokal mencoba meningkatkan keuntungan atau menutupi biaya karyawan tambahan.
 - 3) Nilai property meningkat, ini terjadi jika masyarakat menjadi "*Hot Spot*" seorang turis. Hal ini akan mengakibatkan pajak property yang lebih tinggi yang mungkin kurang baik untuk penduduk lokal.
 - 4) Jika pariwisata musiman ditempat tujuan, jadi juga akan injeksi pendapatan masyarakat.
 - 5) Penyediaan layanan kesehatan dan polisi biasa. Meningkatkan selama musim wisata mengorbankan basis pajak daerah.
 - 6) Keterjangkauan dan ketersediaan perumahan staf bisa menimbulkan masalah.
- d. Dampak Lingkungan Alam

Kualitas lingkungan, baik alami atau buatan manusia sangat penting bagi pariwisata. Hubungan pariwisata dengan lingkungan adalah kompleks. Ini mengakibatkan aktivitas yang dapat menimbulkan efek lingkungan yang merugikan banyak dampak yang timbul disebabkan karena pembangunan prasarana umum seperti jalan dan bandara, fasilitas wisata, termasuk resort, hotel, restoran, toko, lapangan golf, dan marina.

Dampak negatif yang kemungkinan ditimbulkan adalah polusi udara, air, dan udara, serta suara, permasalahan sampah, kerusakan ekologis, kerusakan lingkungan, rusaknya situs arkeologis dan historis, masalah penggunaan tanah, khususnya disekitar aktrasi wisata yang umumnya menjadi tidak memperhatikan aspek keamanan dan keindahan.

Dampak negatif dari pengembangan pariwisata itu secara bertahap dapat menghancurkan sumberdaya lingkungan. Dampak negatif pariwisata terjadi bila tingkat pemakaian pengunjung lebih besar dari kemampuan lingkungan untuk menampung pemanfaatan dalam batas-batas perubahan yang dapat diterima / *carrying capacity*. Pariwisata konvensional yang tidak terkontrol dapat menimbulkan potensi ancaman kealam diseluruh dunia. Hal ini dapat memberikan tekanan yang besar pada suatu daerah dan menyebabkan dampak seperti erosi tanah, polusi meningkat, pembuangan kelaut, hilangnya habitat alami, meningkatkan tekanan pada spesies yang terancam punah dan kerentanan tinggi terhadap kebakaran hutan.

6. Wisatawan

WTO memberi definisi sebagai berikut:

- a. Pengunjung adalah setiap orang yang berkunjung ke suatu Negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjungi.

- b. Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu Negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung ke suatu tempat pada Negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan pada salah satu hal berikut ini:
- 1) Memanfaatkan waktu luang untuk berekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan, dan olah raga.
 - 2) Bisnis atau mengunjungi kaum keluarga.
- c. Darmawisata atau *excursionist*, adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di Negara yang dikunjunginya, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar, namun tidak termasuk para pesiar yang memasuki Negara secara legal, contohnya orang yang hanya tinggal di ruang transit pelabuhan udara.

7. Syarat-syarat Pariwisata

Menurut Yoeti (1987: 177) ditinjau dari sudut pemasaran pariwisata, terutama dalam rangka mengembangkan produk baru, sesungguhnya suatu daerah tujuan wisata mempunyai banyak hal yang dapat ditawarkan sebagai daya tarik wisatawan kepada pasar yang berbeda-beda dengan selera wisatawan. Yang penting diperhatikan dalam pengembangan suatu daerah untuk menjadi suatu daerah tujuan wisata, agar ia dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan potensial dalam macam-macam pasar, ia harus memenuhi tiga syarat, yaitu:

- a. Daerah itu harus mempunyai apa yang disebut sebagai “*something to see*”. Artinya, ditempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata, yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain. Dengan perkataan lain, daerah itu harus mempunyai daya tarik yang khusus, disamping itu ia harus mempunyai pula atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai “*entertainment*” bila orang datang kesana.
- b. Di daerah tersebut harus tersedia apa yang dimaksud dengan istilah “*something to do*”. Artinya, di tempat tersebut setiap banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat mereka betah tinggal lebih lama di tempat itu.
- c. Di daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah “*something to buy*”. Artinya, di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk belanja (*shopping*), terutama barang-barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing. Fasilitas untuk berbelanja ini tidak hanya menyediakan barang-barang yang dapat dibeli, tetapi harus pula tersedia sarana-sarana pembantu lain untuk lebih memperlancar seperti money changer, bank, kantor pos, dan lain-lain.

8. Publikasi dan Promosi

Publikasi dan promosi secara sederhana bertujuan untuk memberitahukan kepada orang banyak atau kelompok tertentu, bahwa ada produk yang ditawarkan untuk dijual. Agar dapat menarik pembeli,

produk itu harus diperkenalkan, apa kelebihanannya dari produk-produk yang lain dan dimana dapat membeli produk tersebut.

Pada akhirnya suksesnya kegiatan publikasi dan promosi banyak tergantung pada produk yang akan dijual, apakah produk yang akan dipropagandakan itu benar-benar bisa memenuhi keinginan masyarakat sehingga dapat memenuhi harapan-harapannya.

Promosi adalah tidak lain daripada kampanye atau propaganda kepariwisataan yang didasarkan atas rencana atau program yang teratur dan secara kontinyu dalam upaya untuk memperkenalkan serta menjual suatu hasil produksi tertentu, baik berupa barang ataupun jasa (Yoeti, Oka A., 1987: 96).

Publikasi lebih banyak ditujukan kepada pembeli potensial yang belum diketahui, sedangkan promosi ditujukan pada pembeli potensial yang telah diketahui identitasnya.

Pada dasarnya tujuan publikasi dan promosi tidak lain adalah:

- 1) Memperkenalkan jasa-jasa dan produk yang dihasilkan industri pariwisata seluas mungkin.
- 2) Memberi kesan daya tarik sekuat mungkin dengan harapan agar orang lebih banyak datang untuk berkunjung.
- 3) Menyampaikan pesan yang menarik dengan cara jujur untuk menciptakan harapan-harapan tinggi. (Yoeti, Oka A., 1987: 367).

Promosi dan publikasi yang disampaikan harus dapat menyadari dan bisa mempengaruhi wisatawan. Promosi-promosi itu disampaikan

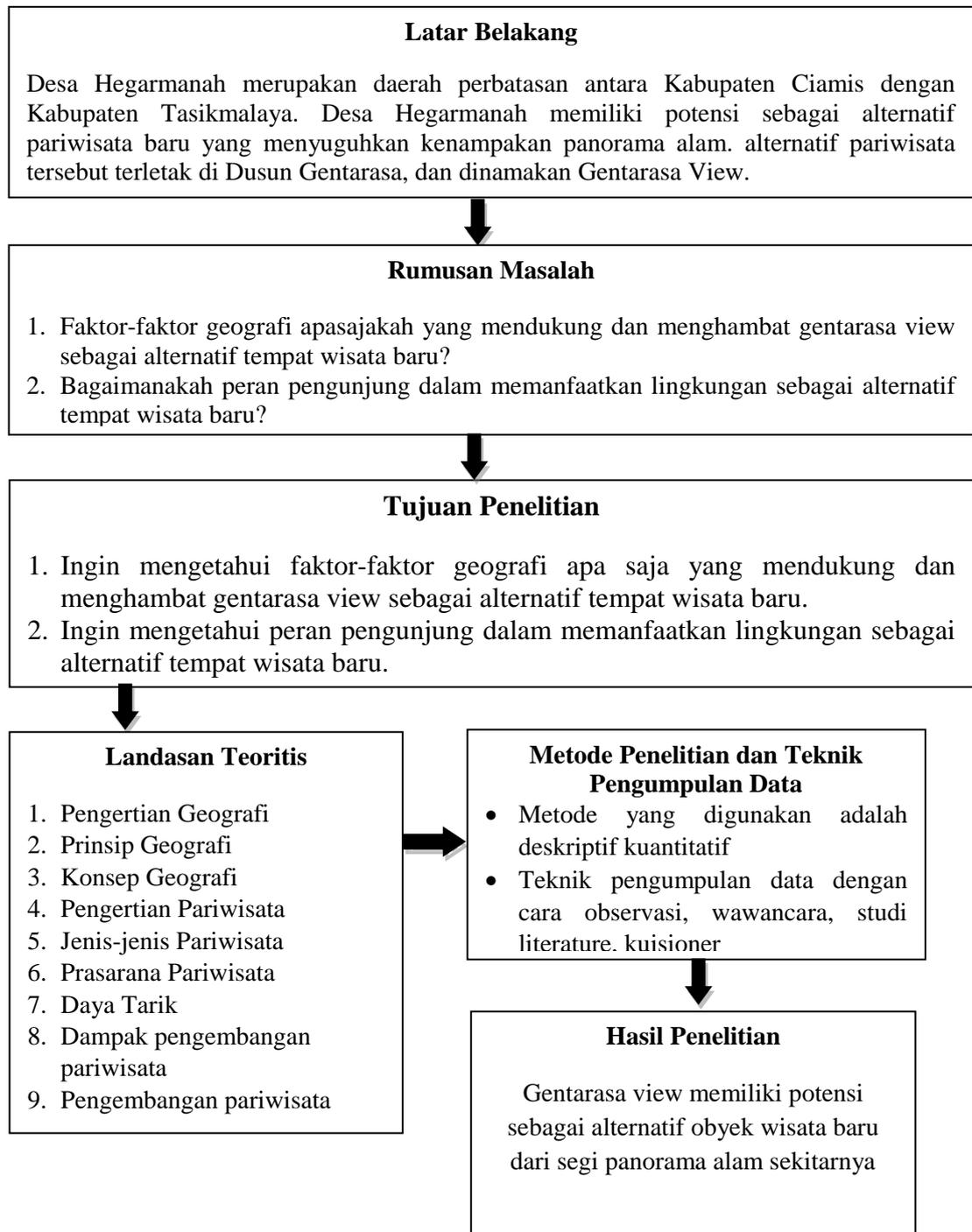
pada wisatawan potensial dengan memberi serta membagikan bahan-bahan promosi kepada orang yang dianggap akan melakukan perjalanan wisata.

B. Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

Aspek	Penelitian Ellyn Janiaty (2013)	Penelitian yang sedang dilakukan Fajar Dwi Saputro (2017)
Judul	Pengembangan Potensi Objek Wisata Air panas Geger Bentang di Desa Cikupa Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis	Faktor-faktor geografi yang mempengaruhi keberadaan objek wisata gentarasa view Sebagai lokasi wisata baru di Desa Hegarmanah Kecamatan Cidolog Kabupaten Ciamis
Lokasi	Desa Cikupa Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis	Dusun Gentarasa Desa Hegarmanah Kecamatan Cidolog Kabupaten Ciamis
Rumusan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor-faktor apakah yang menjadi pendukung dan penghambat pengembangan objek wisata air panas Geger Bentang di Desa Cikupa Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis? 2. Upaya apa saja yang dilakukan untuk pengembangan Objek Wisata Air Panas Geger Bentang di Desa Cikupa Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor-faktor geografi apa sajakah yang mendukung dan menghambat gentarasa view sebagai alternatif tempat wisata baru? 2. Bagaimanakah pengunjung dalam memanfaatkan lingkungan sebagai alternatif tempat wisata baru?

C. Kerangka Penelitian



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau kesimpulan sementara dari masalah penelitian. Dalam penelitian ini dikemukakan beberapa hipotesis berkenaan dengan masalah di atas sebagai berikut:

1. Faktor-faktor geografi yang mendukung dan menghambat gentarasa view sebagai alternatif lokasi wisata baru adalah faktor pendukung seperti panorama alam, dukungan masyarakat, udara yang sejuk, lingkungan masih alami dan aksesibilitas terjangkau dan faktor penghambat seperti kurangnya sarana dan prasarana pendukung.
2. Peran pengunjung dalam memanfaatkan lingkungan sebagai alternatif tempat wisata baru adalah membantu promosi objek wisata Gentarasa view.