

BAB 2

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Geografi Pariwisata

Setiap ilmu tidak bisa berdiri sendiri, setiap ilmu mempunyai kaitan antara satu dengan yang lainnya, begitu pula dengan ilmu pariwisata, pariwisata banyak berkaitan dengan ilmu lainnya karena pariwisata merupakan ilmu terapan yang termasuk masih baru. Ilmu pariwisata erat dengan ilmu geografi karena konsep ilmu geografi adalah suatu ilmu yang mempelajari keadaan alam beserta manusia pada suatu wilayah, maka pariwisata menjadi bidang kajian dari ilmu geografi.

Dalam pengembangan pariwisata erat kaitanya dengan geografi dimana suatu objek wisata akan membutuhkan lokasi yaitu lokasi obyek wisata yang mempunyai keadaan fenomena geosfer berbeda-beda. Antara tempat satu dengan tempat lainnya mempunyai karakteristik dan potensi yang berbeda dari segi fisik dan manusianya, yang saling bertimbal balik dan saling memberikan dampak, baik alam maupun manusia (Azhari, 2019).

Geografi adalah ilmu yang mengkaji fenomena-fenomena geosfer pada suatu wilayah yang mengartikan dengan sebuah distribusi keruangan. Pariwisata erat kaitannya pada pemanfaatan ruang yang digunakan untuk keberadaan penawaran dan permintaan pariwisata. Dengan demikian geografi mempunyai peranan yang sangat penting dalam memberikan informasi fenomena keruangan pada sebuah kepariwisataan.

Menurut Pearce (2011), terdapat enam topik wilayah yang menyusun komponen kajian geografi dalam pariwisata diantaranya:

- 1) Keruangan penawaran, terkait unsur penawaran kepariwisataan yang ada pada objek wisata seperti atraksi, akomodasi, dan lainnya
- 2) Keruangan permintaan, terkait tanggapan dan keinginan wisatawan atas unsur yang ditawarkan oleh pengelola pariwisata.

- 3) Geografi tempat pariwisata, terkait keadaan fisik objek seperti kondisi geologis, topografis/morfologis, stabilitas tanah, iklim/musim serta kondisi fisik obyek wisata.
- 4) Gerakan dan aliran wisatawan, terkait dengan arus dan pergerakan wisatawan, dari tempat wisatawan berasal menuju objek yang akan dikunjungi ataupun sebaliknya.
- 5) Dampak pariwisata, dampak dari adanya pengembangan pariwisata, dampak fisik, ekonomi dan sosial budaya.
- 6) Model-model keruangan pariwisata, menyangkut model-model keruangan untuk pengembangan pariwisata.

2.1.2 Konsep Pariwisata

2.1.2.1 Pengertian Pariwisata

Menurut Meyers (2009), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah, melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya. Pada Bab I Pasal 1 ayat (3) Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan mendefinisikan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Berpariwisata pada hakikatnya merupakan suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih, menuju ke tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya dikarenakan oleh berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain, seperti karena sekadar ingin tahu, menambah pengalaman, ataupun untuk belajar. Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan, dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. (Suwanto, 2009).

2.1.2.2 Destinasi Wisata

Pengertian destinasi pariwisata menurut Undang-undang No. 10 tahun 2009 adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (Kemenkeu, 2023). Sehingga dapat disimpulkan bahwa destinasi wisata atau destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang dapat menimbulkan daya tarik dimana didalamnya terdapat pula fasilitas, aksesibilitas yang membuat wisatawan ingin melihatnya dan berkunjung.

Menurut Morrison (2013), atribut destinasi wisata terdiri dari 10A, yaitu:

- 1) Kesadaran (*awareness*), yaitu pengetahuan wisatawan terhadap sebuah tempat wisata yang dipengaruhi oleh beberapa informasi yang didapat oleh wisatawan.
- 2) Daya Tarik (*attractiveness*), yaitu produk yang dimiliki oleh destinasi wisata, seperti atraksi, produk unggulan, fasilitas pendukung, dan sebagainya. Atraksi wisata yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan wisatawan yang beragam.
- 3) Ketersediaan (*Availability*), yaitu kemudahan dalam mendapatkan informasi tentang destinasi wisata melalui internet / blog pribadi, dan juga fasilitas reservasi online.
- 4) Akses (*access*), adalah ketersediaan jalan, transportasi dan fasilitas umum menuju destinasi wisata dan juga akses dan transportasi yang tersedia di dalam tempat wisata.
- 5) Penampilan (*appearance*), yaitu penampilan atau tampak luar dari destinasi wisata yang bisa menciptakan kesan pertama yang baik.
- 6) Aktivitas (*activities*), yaitu aktivitas yang ditawarkan oleh pihak manajemen destinasi wisata yang ditujukan untuk wisatawan ketika berkunjung.

- 7) Jaminan (*assurance*), berhubungan erat dengan keselamatan, keamanan dan kebersihan untuk wisatawan.
- 8) Apresiasi (*appreciation*), adalah sikap warga setempat dan pihak pengelola menyambut wisatawan yang datang berkunjung yang membuat wisatawan merasa diterima dan mendapatkan pelayanan baik.
- 9) Tindakan (*action*), adanya rencana jangka panjang dalam hal pengembangan dan pemasaran yang dimiliki oleh pihak manajemen destinasi wisata tersebut.
- 10) Akuntabilitas (*accountability*), adanya evaluasi atas jasa yang telah diberikan kepada wisatawan dan juga evaluasi tentang keefektifan jasa yang diberikan.

2.1.2.3 Daya Tarik Wisata

Terkait daya tarik wisata tertuang dalam Undang-undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, yakni 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 (Pujaastawa & Ariana, 2015).

Penjabaran tentang jenis-jenis daya tarik wisata tertuang dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025, sebagai berikut (Pujaastawa & Ariana, 2015).

a. Daya Tarik Wisata Alam

Secara garis besar jenis-jenis daya tarik wisata alam dapat dibedakan atas:

- 1) Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah perairan laut, yang berupa antara lain:
 - a) Bentang pesisir pantai, seperti: Pantai Kuta, Pantai Pangandaran, Pantai Gerupuk-Aan, dan sebagainya;
 - b) Bentang laut, baik perairan di sekitar pesisir pantai maupun lepas pantai yang menjangkau jarak tertentu yang memiliki potensi

- bahari, seperti perairan laut Kepulauan Seribu, perairan laut kepulauan Wakatobi, dan sebagainya; dan
- c) Kolam air dan dasar laut, seperti Taman Laut Bunaken, Taman Laut Wakatobi, taman laut dan gugusan pulau-pulau kecil Raja Ampat, Atol Pulau Kakaban, dan sebagainya.
- 2) Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah daratan, yang berupa antara lain:
- a) Pegunungan dan hutan alam/taman nasional/taman wisata alam/taman hutan raya, seperti Taman Nasional Gunung Rinjani, Taman Nasional Komodo, Taman Nasional Bromo-Tengger-Semeru, dan sebagainya;
- b) Perairan sungai dan danau, seperti danau Toba, Danau Maninjau, Danau Sentani, Sungai Musi, Sungai Mahakam, Situ Patenggang, dan sebagainya;
- c) Perkebunan, seperti agro wisata:
- d) persawahan seperti area persawahan Ubud, dan sebagainya; dan
- e) Bentang alam khusus, seperti gua, karst, padang pasir, dan sejenisnya, seperti Gua Jatijajar, Gua Gong, Karst Gunung Kidul, Karst Maros, gumuk pasir Barchan Parangkusumo, dan sebagainya.
- b. Daya Tarik Wisata Budaya

Daya Tarik Wisata budaya adalah daya tarik wisata berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Daya tarik wisata budaya dapat dibedakan atas daya tarik yang bersifat berwujud dan tidak berwujud (Pujaastawa & Ariana, 2015). Daya tarik wisata budaya yang bersifat berwujud antara lain berupa:

- 1) Cagar budaya, yang meliputi:
- a) Benda cagar budaya, yaitu benda alam dan/ atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya, atau sisasisanya yang

memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia, seperti angklung, keris, gamelan, dan sebagainya;

- b) Bangunan cagar budaya, yaitu susunan binaan yang terbuat dari benda alam atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang berdinding dan/atau tidak berdinding, dan beratap;
 - c) Struktur cagar budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam dan/atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang kegiatan yang menyatu dengan alam, sarana, dan prasarana untuk menampung kebutuhan manusia;
 - d) Situs cagar budaya adalah lokasi yang berada di darat dan/atau di air yang mengandung benda cagar budaya, bangunan cagar budaya, dan/atau struktur cagar budaya sebagai hasil kegiatan manusia atau bukti kejadian pada masa lalu; dan
 - e) Kawasan cagar budaya adalah satuan ruang geografis yang memiliki 2 (dua) situs cagar budaya atau lebih yang letaknya berdekatan dan/atau memperlihatkan ciri tata ruang yang khas.
- 2) Perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas, seperti Kampung Naga, perkampungan Suku Badui, Desa Sade, Desa Penglipuran, dan sebagainya; dan
- 3) Museum, seperti Museum Nasional, Museum Bahari, dan sebagainya.

Sedangkan jenis-jenis daya tarik wisata budaya yang bersifat tidak berwujud antara lain berupa berupa:

- 1) Kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktivitas budaya masyarakat yang khas di suatu area/tempat, seperti sekaten, karapan sapi, pasola, pemakaman Toraja, ngaben, pasar terapung, kuin, dan sebagainya.
 - 2) Kesenian, seperti: angklung, sasando, reog, dan sebagainya.
- c. Daya Tarik Wisata Hasil Buatan Manusia

Daya tarik wisata hasil buatan manusia digolongkan sebagai daya tarik wisata khusus yang merupakan kreasi artifisial (*artificially created*)

dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar ranah wisata alam dan wisata budaya. Daya Tarik Wisata hasil buatan manusia/khusus, selanjutnya dapat dijabarkan meliputi antara lain (Pujaastawa & Ariana, 2015):

- a) Fasilitas rekreasi dan hiburan atau taman bertema, yaitu fasilitas yang berhubungan dengan motivasi untuk rekreasi, hiburan (*entertainment*) maupun penyaluran hobi, seperti taman bertema (*theme park*), taman hiburan (kawasan Trans Studio, Taman Impian Jaya Ancol, Taman Mini Indonesia Indah);
- b) Fasilitas peristirahatan terpadu (*integrated resort*), yaitu kawasan peristirahatan dengan komponen pendukungnya yang membentuk kawasan terpadu, seperti Kawasan Nusa Dua Resort, Kawasan Tanjung Lesung, dan sebagainya; dan
- c) Fasilitas rekreasi dan olahraga, seperti kawasan rekreasi dan olahraga Senayan, kawasan padang golf, dan area sirkuit olahraga.

Secara garis besar, indikator dalam mengidentifikasi potensi daya tarik wisata yaitu sebagai berikut (Pujaastawa & Ariana, 2015).

- a. Indikator dalam mengidentifikasi daya tarik wisata alam yaitu letak/lokasi, status kawasan, akses menuju lokasi, jenis-jenis atraksi/kegiatan, jenis-jenis daya tarik budaya dan buatan yang terdapat di sekitar kawasan, persepsi wisatawan tentang potensi daya tarik wisata tersebut, jumlah kunjungan wisatawan, jenis-jenis potensi ekologi lainnya yang berpotensi sebagai daya tarik wisata, jenis-jenis infrastruktur penunjang serta kondisinya.
- b. Indikator dalam mengidentifikasi daya tarik wisata budaya yaitu nama, arti dan fungsi, lokasi/tempat, pihak-pihak yang terlibat, hal-hal yang unik dan menarik dari budaya tersebut sebagai daya tarik wisata, persepsi wisatawan mengenai budaya tersebut sebagai daya tarik wisata, persepsi dan sikap masyarakat terhadap pengembangan budaya tersebut sebagai daya tarik wisata, serta kendala-kendala yang

dihadapi dalam rangka pengembangan budaya tersebut sebagai daya tarik wisata.

- c. Indikator dalam mengidentifikasi daya tarik wisata buatan yaitu letak/lokasi, status kawasan, akses menuju lokasi, jenis-jenis atraksi/kegiatan, persepsi wisatawan tentang potensi daya tarik wisata tersebut, jumlah kunjungan wisatawan, jenis-jenis infrastruktur penunjang serta kondisinya, serta kendala-kendala yang dihadapi dalam rangka pengembangannya.

2.1.2.4 Pengembangan Pariwisata

Dalam pengembangan wisata, agar dapat menjadi suatu daerah tujuan wisata yang baik maka dapat dikembangkan tiga hal yaitu *something to see* (segala sesuatu yang menarik untuk dilihat), *something to buy* (segala sesuatu yang menarik atau mempunyai ciri khas tersendiri untuk dibeli), dan *something to do* (suatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat tersebut). Ketiga hal ini merupakan unsur yang kuat untuk suatu daerah tujuan wisata.

Oleh karena itu diperlukan adanya sarana dan prasarana pariwisata yang terdiri dari beberapa komponen yaitu (Adjie, 2018)

1) *Tangible Product* (Produk yang Nyata), terdiri dari :

- a) Prasarana wisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang, serta dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk dapat memenuhi kebutuhan selama dalam perjalanan. Misalnya, jaringan jalan, sarana pelabuhan (udara, laut, darat). telekomunikasi, jaringan listrik, air bersih, rumah sakit, dan lain sebagainya.
- b) Sarana produk kepariwisataan yaitu semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan. Misalnya: di bidang usaha jasa pariwisata, seperti: biro perjalanan wisata, dan agen perjalanan wisata. Di bidang usaha sarana pariwisata, yang terdiri dari akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata, dan sebagainya.

2) *Intangible Product* (Produk yang Tidak Nyata).

Pelayanan yang dimaksud dalam hal ini adalah sumber daya manusia yang bergelut dalam industri pariwisata, dan pengetahuan teknik tentang pelayanan terhadap wisatawan, serta sapta pesona.

2.1.2.5 Faktor-Faktor Geografis yang Mendukung Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata perlu memperhatikan aspek-aspek geografis sebagai berikut (Susanti, 2005).

a. Lokasi

Lokasi wisata yang baik adalah yang memenuhi kriteria sebagai daerah tujuan wisata yang baik adalah lokasinya jauh dari daerah industri, daerah pemukiman atau daerah lainnya yang tidak sesuai untuk pembangunan di masa yang akan datang. Lokasi yang jauh dari lokasi industri dan pemukiman di maksud agar kehidupan flora fauna yang ada di dalam kawasan tersebut dapat hidup dengan bebas dari gangguan manusia, sehingga mereka dapat tumbuh dan berkembang seperti dalam lingkungan yang alami. Selain faktor diatas lokasi juga mencakup jarak dan biaya, dalam kepariwisataan jarak dan biaya menjadi faktor yang menjadi bahan pertimbangan bagi wisatawan untuk mengunjungi sebuah obyek wisata, jarak juga terkait dengan sarana prasarana seperti jalan dan alat transportasinya.

b. Kondisi tanah

Tanah dalam hal ini berkaitan erat dengan pengkajian tentang batuan dan struktur geologinya. Pengetahuan tentang batuan adalah sangat penting, hal ini di gunakan untuk mengetahui apakah batuan pada lokasi yang ditentukan mempunyai daya. Pengetahuan tentang tanah di perlukan untuk mengetahui tingkat kesuburan tanah yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap aktivitas manusia seperti kegiatan pertanian, dalam hal ini pertanian yang dapat menunjang kegiatan pariwisata seperti tanaman sayur-sayuran dan buah-buahan. Selain tingkat kesuburan tanah, tingkat kemiringan lereng juga juga berpengaruh terhadap aktivitas manusia, dengan mengetahui tingkat kemiringan lereng daerah

tersebut maka dapat di ketahui apakah tanah di daerah tersebut rawan longsor atau tahan longsor.

c. Kondisi air

Ketersediaan air bersih merupakan sarana pelengkap penyediaan fasilitas umum pada daerah obyek wisata. Selain sebagai sarana pelengkap fasilitas pada daerah obyek wisata, kondisi air juga berpengaruh terhadap sektor pertanian penduduk setempat dan merupakan salah satu kebutuhan manusia yang paling vital, untuk kondisi air harus memenuhi berbagai persyaratan agar air tersebut layak untuk di konsumsi oleh makhluk hidup terutama manusia. Syarat air bersih yang dapat di gunakan antara lain : (1) Syarat fisik adalah syarat yang paling sederhana karena dalam praktek sehari-hari sering dipenuhi yaitu tidak berwarna, tidak berbau, jernih, di bawah suhu sedemikian rupa sehingga membuat rasa nyaman; (2) Syarat bakterologis, semua air bersih hendaknya dapat terhindar dari kemungkinan terkontaminasi dengan bakteri terutama yang bersifat patogen; (3) Syarat kimia, air bersih yang baik tidak tercemar oleh zat-zat kimia dan mineral yang berbahaya bagi kesehatan manusia.

d. Iklim

Iklim merupakan keadaan rata-rata cuaca dalam satu periode tertentu. Iklim pada suatu daerah tertentu akan berpengaruh terhadap aktivitas manusia, hewan dan juga terhadap keberadaan tumbuh-tumbuhan. Dalam dunia kepariwisataan iklim akan berpengaruh terhadap tumbuhnya pengembangan pariwisata, iklim juga dapat menentukan persebaran kesesuaian obyek wisata serta variasi budaya pakaian.

2.1.2.6 Tinjauan Geografis Terhadap Pengembangan Pariwisata

Proses pembangunan dan pengembangan obyek wisata pada dasarnya adalah meningkatkan unsur-unsur dari pariwisata tersebut seperti daya tarik, aksesibilitas, fasilitas pelayanan, infrastruktur dan lain sebagainya. Pengembangan kepariwisataan juga tidak lepas dari faktor-faktor geografi baik unsur fisik maupun non fisik (sosial, ekonomi, dan

budaya). Masing-masing unsur tersebut dalam pengembangannya saling mempengaruhi satu sama lain (terjadi hubungan timbal balik). Sebagai contoh, iklim (curah hujan) menentukan pola pertanian di daerah yang bersangkutan, udara yang sejuk juga merupakan salah satu daya tarik obyek wisata di samping obyek wisata utamanya. Kondisi tanah dan geologi juga berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata khususnya untuk pembangunan sarana fisik seperti hotel, restoran yang bertujuan untuk mengetahui daya dukung tanah atau batuan untuk berdirinya sebuah bangunan. Contoh lain adalah kajian tentang kemiringan lereng, pada kondisi lahan yang mempunyai tingkat kemiringan lereng yang tinggi biasanya sering terjadi tanah longsor, kemiringan lereng juga dapat berpengaruh terhadap pola pertanian masyarakat sekitarnya, juga terkait dengan bentuk jalan yang bervariasi (banyak tikungan dan tanjakan) yang nantinya akan mempengaruhi aksesibilitas wilayah yang bersangkutan. Kondisi hidrologi juga sangat berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata seperti untuk pengembangan fasilitas infrastruktur ketersediaan air untuk kebutuhan pariwisata (Susanti, 2005).

2.1.2.7 Sapta Pesona

Berdasarkan Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor.5/UM.209/MPPT-89 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona. Sapta Pesona didefinisikan sebagai kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung kesuatu daerah atau wilayah di negara Indonesia (Rahmawati, dkk. 2017). Sapta Pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan. Unsur-unsur sapta pesona di definisikan sebagai berikut (Rahmawati, dkk. 2017):

a) Aman

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

b) Tertib

Suatu kondisi lingkungan dan pelayanan di destinasi pariwisata yang mencerminkan sikap disiplin yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur serta efisien.

c) Bersih

Suatu kondisi lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan di destinasi pariwisata yang mencerminkan keadaan yang sehat/higienis.

d) Sejuk

Suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata yang mencerminkan keadaan yang sejuk dan teduh yang akan memberikan perasaan nyaman dan “betah” bagi wisatawan.

e) Indah

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

f) Ramah

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

g) Kenangan

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

2.1.3 Strategi Pengembangan Destinasi Wisata

Dalam pengembangan suatu destinasi wisata diperlukan strategi. Strategi merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana pengelola wisata akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing (Setiawan, 2015). Strategi pengembangan pariwisata adalah upaya-upaya yang dilakukan dengan tujuan memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu obyek dan daya tarik wisata

sehingga mampu menjadi mapan dan ramai untuk dikunjungi oleh wisatawan serta mampu memberikan suatu manfaat baik bagi masyarakat sekitar lokasi wisata dan lebih lanjut menjadi pemasukan bagi pemerintah (Pamularsih, 2021).

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

1) Atraksi

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

2) Aksesibilitas

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

3) Amenitas

Amenitas adalah berbagai fasilitas pendukung atau penunjang yang dibutuhkan oleh wisatawan di destinasi wisata. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain yang mungkin juga diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan, seperti toilet umum, rest area, tempat

parkir, klinik kesehatan, dan sarana ibadah sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi (Darmawan, 2019). Setiap destinasi memiliki fasilitas yang berbeda, namun untuk melayani kebutuhan dasar wisatawan yang berkunjung destinasi melengkapinya sesuai dengan karakteristik destinasi tersebut (Chaerunissa & Yuniningsih, 2020).

4) Ansilari

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

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

Berdasarkan eksplorasi peneliti, ditemukan tulisan yang berkaitan dengan penelitian ini. Atas penelitian terdahulu maka penulis mencoba untuk menerapkan pada penelitian ini dengan karakteristik yang berbeda. Untuk membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis, maka dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian dengan Penelitian yang Relevan

No	Aspek	Penelitian 1 (Skripsi)	Penelitian 2 (Jurnal)	Penelitian 3 (Jurnal)	Penelitian yang Dilakukan Penulis
1	Penulis	Tia Awalia	Dwi Novita Cahyaningtyas Permatasari	Jane Millenia dkk	Dandi Maulana Sidik
2	Judul	Pengembangan Kawasan Wisata pantai Batu Hiu sebagai objek wisata alternatif di Kabupaten Pangandran	Strategi Pengembangan Ekowisata Danau Kaenka Berdasarkan Komponen 4A di Desa Fatukoto, NTT.	Strategi Pengembangan Wisata Mangrove Desa Sedari Berbasis Analisis 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary Services)	Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Ikon Taraju di Desa Taraju Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya.
3	Tahun	2020	2021	2021	2023
4	Instansi	Universitas Siliwangi	Politeknik Internasional Bali	Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti	Universitas Siliwangi
5	Rumusan Masalah	Daya tarik wisata dan upaya pengembangan kawasan wisata pantai batu hiu sebagai objek wisata alternatif	Potensi daya tarik wisata berbasis ekowisata dan strategi pengembangannya.	Strategi pengembangan wisata hutan mangrove Desa Sedari berdasarkan pada kondisi 4A	Daya tarik wisata ikon taraju dan strategi pengembangan destinasi wisata ikon taraju.
6	Metode Penelitian	Deskriptif pendekatan kuantitatif	Deskriptif kualitatif	Deskriptif kualitatif	Deskriptif pendekatan kuantitatif

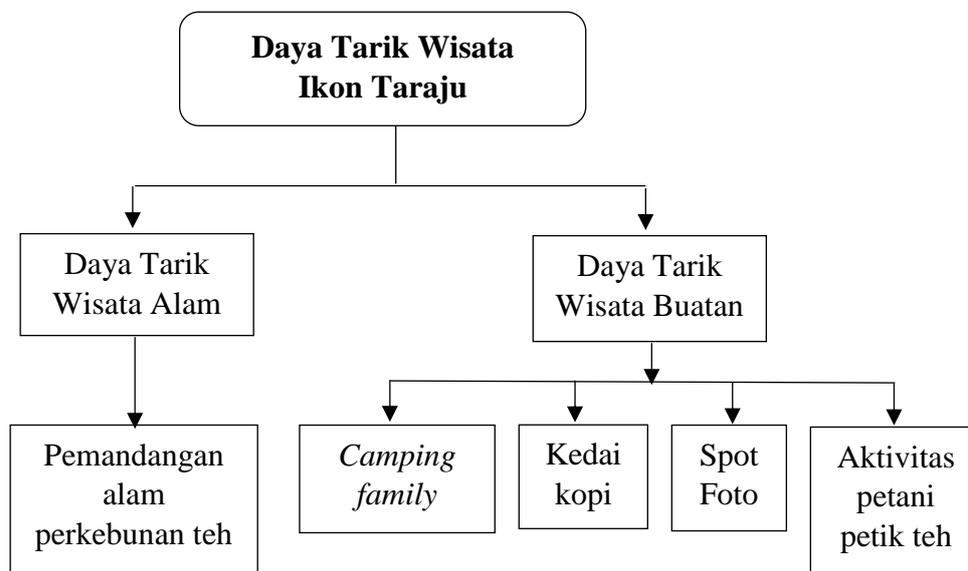
Berdasarkan dari penelitian terdahulu atau penelitian yang relevan dan telah dilakukan, penulis melihat adanya kesamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama mengkaji strategi pengembangan suatu kawasan wisata. Adapun perbedaannya terletak pada karakteristik daerah penelitian yang berbeda, yang mana penelitian sebelumnya daerah penelitian merupakan kawasan wisata pantai, danau dan hutan, sedangkan penelitian yang sedang dilakukan lokasi daerah penelitian merupakan kawasan wisata perkebunan teh. Kemudian metode penelitian yang berbeda yang mana dua penelitian sebelumnya menggunakan metode deskriptif kualitatif, sedangkan penelitian yang sedang dilakukan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Lalu jenis daya

tarik wisata yang berbeda, yang mana pada dua penelitian sebelumnya merupakan daya tarik wisata berbasis pada potensi daya tarik wisata pantai dan danau, sedangkan penelitian yang sedang dilakukan merupakan daya tarik wisata berbasis perkebunan teh.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada penyusunan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang didukung oleh kajian teoretis dan penelitian relevan yang telah dilakukan sebelumnya, dapat ditentukan skema kerangka konseptual untuk menentukan hipotesis dari penelitian yang akan dilakukan.

2.3.1 Kerangka Konseptual I

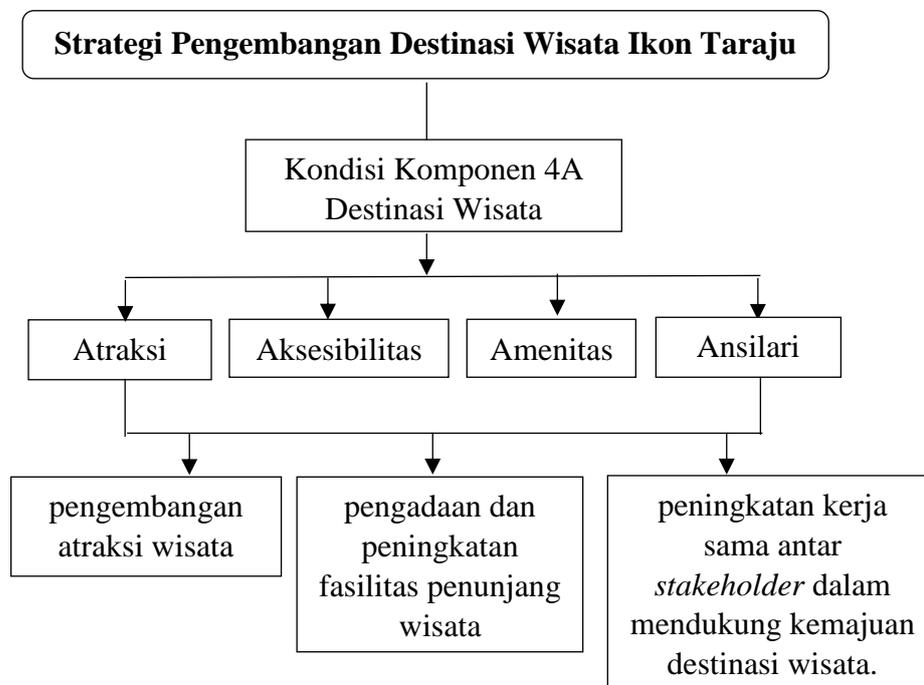


Sumber: Pujaastawa & Ariana, 2015.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual I

Kerangka konseptual yang pertama didasarkan pada rumusan masalah yang pertama yaitu “Apa sajakah yang menjadi daya tarik wisata Ikon Taraju di Desa Taraju Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya?”. Daya tarik wisata ikon taraju meliputi daya tarik wisata alam yaitu pemandangan alam perkebunan teh, dan daya tarik wisata buatan yang terdiri dari *camping family*, kedai kopi, spot foto, dan aktivitas petani pemetik teh.

2.3.2 Kerangka Konseptual II



Sumber: Sugiama, 2014.

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual II

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

2.4 Hipotesis Penelitian

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

- 1) Daya tarik wisata Ikon Taraju di Desa Taraju Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya meliputi daya tarik wisata alam yaitu pemandangan alam perkebunan teh; dan daya tarik wisata buatan yang terdiri dari *camping family*, kedai kopi, spot foto, dan aktivitas petani petik teh.
- 2) Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Ikon Taraju di Desa Taraju Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya adalah dengan pengembangan atraksi wisata, pengadaan dan peningkatan fasilitas penunjang wisata, serta peningkatan kerja sama antar *stakeholder* dalam mendukung kemajuan destinasi wisata.