

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORETIS**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Geografi Pariwisata**

Geografi merupakan uraian (*graphein* artinya menguraikan atau melukiskan) tentang bumi (*geos*) dengan segenap isinya yakni manusia, yang kemudian ditambah lagi dengan dunia hewan dan dunia tumbuhan (Daldjoeni, 2014). Geografi sering disebutkan sebagai ilmu bumi, karena menggambarkan ruang dimuka bumi dan menelaah kajian bumi yang berhubungan dengan manusia. Ilmu geografi memiliki beberapa objek kajian diantaranya fisik, sosial dan Teknik. Menurut Ikatan Geografi Indonesia (IGI) menyebutkan bahwa pengertian geografi yaitu ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kewilayahan dan kelingkungan dalam konteks keruangan (Supardi, 2015).

Geografi pariwisata termasuk geografi sistematis yang mengambil tema aktivitas manusia dalam ruang yaitu kepariwisataan. Kepariwisataan disini adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata. Ada beberapa ruang lingkup dari ilmu geografi pariwisata Menurut Peace (1980) diantaranya 1) Pola keruangan dari penawaran, (*spatial patterns of supply*) 2) Pola keruangan dari permintaan (*spatial patterns of demand*), 3) Sumber daya geografis untuk pariwisata, 4) Geografi dan Aliran wisatawan (*tourist movement and flows*), 5) Dampak Pariwisata (*impact of tourism*), 6) Model model keruangan dari Pariwisata (*models tourism space*) (Maryani, 2019). Bidang pariwisata dipelajari di ilmu geografi karena geografi mempelajari variasi ruang dan erat kaitannya juga dengan pariwisata. Dalam variasi ruang akan berkaitan dengan titik lokasi, mulai dari faktor faktor yang mempengaruhi suatu lokasi, karakteristik suatu lokasi, serta faktor pembeda suatu lokasi dengan lokasi yang lainnya.

Ilmu geografis tidak hanya mempelajari aspek alam saja, namun mempelajari aspek manusia secara terintegrasi dan keterkaitan. Geografi mengaitkan beberapa aspek tersebut agar melihat hubungan dan pengaruhnya.

Pariwisata berkaitan dengan pemanfaatan ruang oleh manusia. Dalam ruang digunakan agar dapat berguna untuk pemenuhan kebutuhan manusia. Ruang memiliki sumber daya yang dapat berupa daya tarik objek wisata, sarana wisata, transportasi dan pengembangan daerah tujuan wisata. Dengan demikian perlu adanya kajian geografi dalam pengembangan pariwisata.

### **2.1.2 Ruang Lingkup Pariwisata**

#### 1) Pariwisata

Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri atas dua kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata berarti “pergi” atau berpergian”. Maka kata pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali kali atau berputar putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam Bahasa Inggris disebut dengan kata “*tour*”, sedangkan untuk pengertian jamak, kata “Kepariwisataan” dapat digunakan kata “*tourisme*” atau “*tourism*” (Yoeti, n.d.)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dikemukakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Istilah pariwisata pertama kali digunakan pada tahun 1959 dalam Musyawarah Nasional Turisme II di Jawa Timur. Istilah ini dipakai sebagai pengganti kata *Turisme* sebelum kata pariwisata di ambil dari Bahasa Sanskerta (Suwena & Widyatmaja, 2010).

Pariwisata dalam ilmu geografi Menurut Suwantoro dalam (Arjana, 2017). Mengungkapkan bahwa Geografi Pariwisata adalah geografi yang berhubungan erat dengan pariwisata. Segi segi umum yang perlu diketahui wisawatan antara lain iklim, flora, fauna, keindahan alam, adat istiadat, budaya, perjalanan laut, udara dan sebagainya. Selain itu juga Geografi pariwisata berperan dalam hal sarana dan prasarana wisata seperti akomodasi , transportasi, biro perjalanan, pemandu wisata, dan lain sebagainya.

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu dari satu tempat ke tempat yang lainnya dengan melakukan perencanaan sebelumnya, pariwisata ini memiliki tujuan untuk rekreasi atau untuk sebuah kepentingan agar keinginannya bisa terpenuhi. Pariwisata juga

dapat diartikan sebagai sebuah perjalanan dari sebuah tempat ke tempat lain untuk rekreasi atau bersenang senang kemudian kembali ke tempat awal.

Menurut UU No 10 tahun 2009 pasal 1 ayat 3 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Fasilitas layanan tersebut diantaranya yaitu sarana dan prasarana yang memadai seperti lahan parkir, fasilitas berdagang, toilet, tempat makan, tempat ibadah, penginapan dan lain sebagainya.

## 2) Bentuk Bentuk Pariwisata

Bentuk pariwisata dapat dibagi menjadi lima kategori yaitu menurut asal wisatawan, menurut akibatnya terdapat neraca pembayaran, menurut jangka waktu, menurut jumlah wisatawan, dan menurut alat angkut yang digunakan. Bentuk bentuk pariwisata tersebut dijelaskan dibawah ini :

### a. Menurut asal wisatawan

Wisatawan dapat berasal dari dalam atau luar negeri. Jika wisatawan berasal dari dalam negeri berarti wisatawan tersebut hanya pindah tempat sementara di dalam lingkungan wilayah negerinya sendiri selama dia mengadakan perjalanan, maka ini dinamakan Wisatawan pariwisata domestik. Sedangkan jika dari luar negeri maka dinamakan pariwisata internasional.

Pariwisata Domestik merupakan aktivitas pengunjung residen di negara referensi. Bepergian dalam satu negara lebih mudah karena tidak memerlukan dokumen perjalanan resmi dan formalitas seperti pemeriksaan kesehatan wajib dan valuta asing. Dalam pariwisata domestik, traveler umumnya tidak menghadapi banyak masalah bahasa atau masalah pertukaran mata uang. Pariwisata Internasional terdiri dari pariwisata inbound dan outbound, yaitu kegiatan pengunjung residen di luar negara rujukan baik sebagai bagian dari perjalanan domestik atau outbond dan kegiatan pengunjung non-residen di negara rujukan pada perjalanan inbound (Ashoer, 2021).

### b. Menurut akibatnya terhadap neraca pembayaran

Kedatangan wisawatan dari luar negeri adalah membawa mata uang asing. Pemasukan valuta asing ini berarti memberi dampak positif terhadap neraca

pembayaran luar negeri suatu negara yang dikunjunginya, hal ini disebut pariwisata aktif. Sedangkan kepergian seorang warga negara ke luar negeri memberikan dampak negatif terhadap neraca pembayaran luar negerinya disebut pariwisata pasif.

Pariwisata aktif atau *In Tourism* yaitu kegiatan pariwisata yang ditandai dengan fenomena masuknya wisatawan asing kesuatu negara tertentu. Dikatakan sebagai pariwisata aktif karena dengan masuknya wisatawan asing tersebut, berarti dapat memasukkan devisa bagi negara yang dikunjunginya dan akan memperkuat posisi neraca pembayaran negara yang dikunjungi wisatawan tersebut.

Pariwisata Pasif atau *Out Going* yaitu kegiatan pariwisata yang ditandai dengan fenomena keluarnya warga negara sendiri yang berpergian keluar negeri sebagai wisatawan. Dikatakan sebagai pariwisata pasif, karena bila ditinjau dari segi pemasukan devisa bagi negara. Kegiatan ini merugikan negara asal wisatawan karena uang yang seharusnya dibelanjakan didalam negeri dibawa ke luar negeri.

#### c. Menurut Jangka Waktu kedatangan

Seorang wisatawan di suatu tempat atau negara diperhitungkan pula menurut waktu lamanya ia tinggal ditempat atau negara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah istilah pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang, yang mana tergantung kepada ketentuan ketentuan yang diberlakukan oleh suatu Negara untuk mengukur pendek atau panjangnya waktu yang dimaksudkan.

Pariwisata jangka panjang yaitu suatu perjalanan yang berlangsung beberapa minggu atau beberapa bulan bagi wisatawan. Sedangkan pariwisata jangka pendek atau *short term tourism* mencakup perjalanan yang berlangsung beberapa hari secara sosiologis hal tersebut adalah bentuk perjalanan yang hanya dapat dilakukan oleh mereka yang tidak dapat mengambil liburan Panjang.

#### d. Menurut jumlah wisatawan

Perbedaan ini diperhitungkan atas jumlah wisatawan yang datang ke suatu objek wisata, apakah sang wisatawan datang sendiri atau rombongan. Menurut jumlah wisatawan terbagi menjadi dua jenis jumlah wisata yaitu pariwisata tunggal dan pariwisata rombongan.

Pariwisata tunggal atau pariwisata individual (*individual tourism*), seperti wisatawan yang menggondong ransel (*backpacker*). Pariwisata tunggal ini tidak terikat oleh waktu dan bebas mengatur waktu kapan saja mereka hendak berpariwisata. Pariwisata rombongan (*group tourism*) seperti dilakukan oleh rombongan pelajar, karyawan melalui biro perjalanan wisata dan agen perjalanan.

e. Menurut alat angkut yang digunakan

Menurut alat angkut yang digunakan dilihat dari segi penggunaan yang dipergunakan oleh sang wisatawan, maka kategori ini dapat dibagi menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api dan pariwisata mobil, tergantung apakah sang wisatawan tiba dengan pesawat udara, kapal laut, kereta api.

Pariwisata udara (*land tourism*) yaitu perjalanan pariwisata yang menggunakan alat transportasi darat seperti mobil, kereta api, bus, dan lain sebagainya. Pariwisata laut (*sea tourism*) yaitu perjalanan pariwisata yang menggunakan alat transportasi laut seperti kapal. Pariwisata udara (*Air Tourism*) yaitu perjalanan pariwisata yang menggunakan alat transportasi udara seperti pesawat terbang.

### 3) Jenis Jenis Pariwisata

Menurut Pendit dalam (Utama, 2014). Jenis pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut :

a. Wisata Budaya

Yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka.

Perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan budaya seperti ekposisi seni (Seni drama, seni tari, seni musik dan seni suara) atau kegiatan yang bermotif kesejarahan dan sebagainya. Jenis wisata budaya ini adalah jenis wisata yang paling populer bagi tanah air. Banyak bukti yang telah menunjukkan bahwa jenis wisata budaya inilah yang

paling utama bagi wisatawan mancanegara datang ke negeri ini dimana mereka ingin mengetahui kebudayaan, kesenian, adat istiadat dan kehidupan seni budaya lokal kita

b. Wisata Maritim atau Bahari

Wisata Maritim atau Bahari adalah wisata dengan berbagai aktivitas wisata yang menyangkut kelautan. Wisata Maritim atau Bahari ini banyak diminati oleh wisatawan baik dari dalam maupun dari luar negara, dan wisata ini sudah dikenal sejak dulu. Pariwisata bahari biasanya selalu diasosiasikan dengan tiga “S” (*sun, sea and sand*). Artinya jenis pariwisata yang menyediakan keindahan dan kenyamanan alami dari kombinasi cahaya matahari, laut dan pantai berpasir putih.

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, danau, pantai, teluk, atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat lihat taman laut dengan pemandangan indah dibawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah atau negara negara maritim.

c. Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi)

Wisata Cagar Alam adalah suatu Kawasan suaka alam yang terdiri dari flora dan fauna yang khas yang memerlukan upaya perlindungan dan berkembang secara alami. Jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang undang.

Wisata cagar alam ini banyak dilakukan oleh penggemar dan pecinta alam dalam kaitannya dengan kegemaran memotret binatang atau marga satwa serta pepohonan kembang beraneka warna yang memang mendapat perlindungan dari pemerintah dan masyarakat. Wisata cagar alam yang ada di Jawa Barat seperti Cagar Alam *Leuweung Sancang* dan Cagar Alam Kamojang, yang terletak di Kabupaten Garut dan Taman Wisata Alam dan Cagar Alam Pangandaran.

d. Wisata Konvensi/ Wisata Politik

Wisata Konvensi atau Wisata Politik adalah suatu bentuk wisata yang menggabungkan kegiatan bisnis dengan wisata. Wisata ini menyediakan fasilitas

bangunan dengan ruang ruang tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik bersifat nasional maupun internasional.

Dalam penyelenggaraan wisata konvensi ini, diperlukan adanya organisasi organisasi yang bergerak di bidang jasa konvensi Jerman Barat misalnya memiliki pusat Kongres Internasional (*Internasional Convention Center*) di Berlin, Philipina mempunyai PICC (*Philippine International Convention Center*) di Manila dan Indonesia mempunyai Balai Sidang di Jakarta untuk tempat penyelenggaraan sidang sidang pertemuan besar dengan perlengkapan modern.

e. Wisata Pertanian (Agrowisata)

Wisata pertanian atau agrowisata merupakan perpaduan antara pariwisata dan pertanian atau perkebunan yang dikombinasikan menjadi tempat destinasi wisata yang menarik bagi masyarakat untuk beraktivitas di lingkungan perkebunan. Wisata ini merupakan pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur mayur dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.

f. Wisata Buru

Wisata buru adalah adalah kegiatan wisata yang memanfaatkan satwa sebagai objek kegiatan berburu. Jenis wisata ini banyak dilakukan di negeri negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Wisata berburu ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan, seperti berbagai negeri di Afrika untuk berburu gajah, singa, ziraf dan sebagainya.

g. Wisata Religi

Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama tertentu. Jenis wisata ini dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam

masyarakat. Wisata Religi banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.

Wisata Religi ini banyak dihubungkan dengan niat atau hasrat sang wisatawan untuk memperoleh restu, kekuatan batin, keteguhan iman dan tidak jarang pula untuk memperoleh berkah dan kekayaan melimpah. Wisata Religi yang ada di Jawa Barat salah satunya terletak di Kabupaten Garut yaitu Makam Syeh Rohmat Suci Godog, Makam Senopati Arief Muhammad, Situs Kabuyutan Ciburuy, dan masih banyak lagi wisata religi yang ada di Indonesia.

#### 4) Sarana Pariwisata

Sarana dapat diartikan sebagai alat, wujudnya adalah hasil rekayasa manusia untuk menunjang atau memudahkan manusia untuk meraih tujuan. Berbagai alat atau teknologi yang sengaja dibangun untuk mempermudah wisatawan menciptakan kesenangan dan kenyamanan bagi wisatawan dikenal sebagai sarana pariwisata. Sarana pariwisata disebut juga sebagai ujung tombak usaha kepariwisataan dapat diartikan sebagai usaha yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan pelayanan kepada wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata dimana keberadaannya sangat tergantung kepada adanya kegiatan perjalanan wisata

Menurut Yoeti Prasarana Kepariwisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam sehingga wisatawan juga tertarik untuk berkunjung ke suatu tempat wisata. Sehingga wisatawan ingin lagi berkunjung ke objek wisata tersebut dan memberikan kesan atau kenang-kenangan yang tidak bisa terlupakan. Berikut ini beberapa sarana wisata yaitu sebagai berikut :

- a) Sarana atau moda transportasi adalah semua bentuk alat/teknologi yang dapat dipergunakan sebagai media atau alat untuk mengangkut wisatawan dengan berbagai barang kelengkapan perjalanannya. Masing-masing media transportasi itu ditunjang oleh prasarana atau infrastruktur yang memadai. Transportasi

dalam pariwisata adalah sarana (alat) untuk mencapai tujuan wisata dan juga sarana pergerakan ditempat tujuan wisata. Moda transportasi bukan hanya sebagai sarana mobilisasi saja, melainkan juga sebagai atraksi wisata seperti contoh transportasi udara, transportasi darat, transportasi air.

- b) Sarana Akomodasi merupakan sarana yang menyediakan jasa pelayanan untuk kegiatan pariwisata baik dalam penyediaan bangunan untuk penginapan, fasilitas pendukungnya seperti restoran, hiburan dan fasilitas lain yang dikelola secara komersial. Wisatawan akan memerlukan tempat tinggal untuk sementara waktu selama perjalanan untuk beristirahat. Beberapa jenis akomodasi di Indonesia adalah hotel, losmen, villa, *inn*, *cottage*, *bungalow*, *homestay* dan pondok wisata. Berdasarkan jenis layanannya, akomodasi dapat dibedakan menjadi dua : 1) akomodasi dengan layanan (*Full Services Accommodation*) hal ini mengacu pada layanan yang diberikan oleh hotel, pondok, dan lain lain. Akomodasi ini didirikan untuk memberikan layanan penginapan sekaligus makanan kepada tamu disertai layanan tambahan lainnya dalam satu tempat. 2) Akomodasi tanpa layanan (*Self Service Accommodation*) mengacu pada tempat yang menawarkan akomodasi namun bukan layanan hotel. Penyedia akomodasi ini menyediakan akomodasi dengan imbalan uang tunai perhari (Bafadhal, 2021).
- c) Sarana Restoran Adalah tempat atau jasa yang menyediakan kebutuhan wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata yang harus terjamin kebutuhan makan dan minumannya. Berwisata kuliner merupakan hal yang wajib dilakukan oleh sebagian wisatawan. Bukan hanya wisatawan lokal saja tetapi wisatawan manca negara juga wajib mencobanya. Bahkan apabila suatu daerah tujuan wisata mempunyai makanan yang khas, wisatawan yang datang disamping menikmati atraksi wisata juga menikmati makanan khas tersebut.
- d) Toko Cendramata atau cendramata wisata merupakan suatu usaha komersial yang menyediakan kebutuhan berupa barang sebagai oleh oleh bagi wisatawan yang berkunjung. Cendramata ini bisa berupa kerajinan tangan, produk tradisional, atau produk mewah. Penyediaan fasilitas tempat berbelanja ini dilakukan terhadap ketersediaan barang barang yang dijual, pelayanan yang

memadai dan lokasi yang nyaman dan akses yang baik dan mudah dijangkau (Suchaina, 2014).

- e) Pemandu wisata atau *tour guide* adalah seseorang yang melaksanakan tugasnya sebagai pramuwisata untuk memberikan pengetahuan mengenai masyarakat setempat. Dapat diartikan pemandu wisata adalah seseorang yang bertugas memberikan bimbingan, penjelasan dan petunjuk tentang obyek wisata serta membantu keperluan wisatawan lainnya. Tugas pemandu wisata memiliki beberapa spesifikasi tergantung dari tugas apa yang sedang dilakukan (sesuai dengan kemampuannya). Seorang *guide* khusus di lokasi yang khusus/ tertentu disebut *Local Guide* yang biasanya menjadi tugas tetap di lokasi tersebut seperti Museum.
- f) *Travel agent* merupakan usaha yang bergerak dalam bidang pariwisata yang mengatur dan menyediakan pelayanan dalam melakukan perjalanan berwisata. Tugas *travel agent* yaitu Menyusun dan menjual paket wisata atas dasar permintaan, menyelenggarakan pemanduan wisata, menyediakan fasilitas wisata, mengadakan pemesanan sarana wisata dan mengurus dokumen dokumen perjalanan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

### 2.1.3 Desa Wisata

Desa wisata adalah pariwisata yang dikembangkan dengan berbasis pada sumber daya perdesaan. Sumber daya tersebut berupa pemandangan alam yang indah, cuaca yang sejuk, nyaman, dan segar, lahan yang subur, tata air seperti danau dan sungai, penggunaan lahan, sumber daya manusia berupa unsur budaya, kehidupan masyarakat, dan keramahan penduduk (Maryani E, 2019).

Desa wisata adalah suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keaslian baik dari segi sosial budaya, adat istiadat, keseharian, arsitektur tradisional, struktur tata ruang desa yang disajikan dalam suatu bentuk integrasi komponen pariwisata antara lain seperti atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung (Suharto & Djafri, 2017)

Dilihat dari sisi penduduk desa, desa wisata menjadi salah satu alternatif peluang kerja yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan mendorong pembangunan pedesaan lebih cepat. Adapun jika dilihat dari sisi wisatawan, desa dapat memberikan wawasan dan pengalaman tentang kehidupan yang alami,

sederhana, asri dan indah. Wisatawan dapat menikmati dan mengapresiasi kehidupan masyarakat sambil berpartisipasi mengembangkan produk yang berasal dari masyarakat desa seperti kuliner, kain tenun dan kerajinan tangan yang khas dan unik.

Tujuan dari pengembangan desa wisata adalah untuk membuka peluang kerja dan pendapatan masyarakat desa, memanfaatkan potensi desa dengan tetap memelihara kelestarian lingkungan dan meminimalkan dampak yang mungkin timbul, meningkatkan partisipasi masyarakat dalam aktivitas ekonomi termasuk didalamnya industri kecil, sehingga dapat memacu pertumbuhan ekonomi pedesaan. Melestarikan (*preservation*) budaya dan warisan budaya, termasuk didalamnya arsitektur rumah, kesenian, adat istiadat, makanan dan minuman khas, serta unsur lainnya yang bernilai sejarah tinggi.

#### **2.1.4 Tahapan Pengembangan Desa Wisata**

Pengembangan Desa Wisata dapat dijabarkan dalam 3 tahapan, yaitu Rintisan, Berkembang, Maju dan Mandiri. Tahapan ini menggambarkan posisi desa wisata untuk dapat dilihat program yang dapat dilaksanakan sesuai tahapannya (Aryani et al., 2019).

##### **1) Rintisan**

- a. Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi destinasi wisata
- b. Pengembangan sarana prasarana wisata masih terbatas
- c. Belum ada/masih sedikit sekali wisatawan yang berkunjung dan berasal dari masyarakat sekitar
- d. Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata belum tumbuh
- e. Sangat diperlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta)

##### **2) Berkembang**

- a. Sudah mulai dikenal dan dikunjungi masyarakat sekitar dan pengunjung dari luar daerah
- b. Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata
- c. Sudah mulai tercipta lapangan pekerjaan dan aktivitas ekonomi bagi masyarakat

- d. Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata sudah mulai tumbuh
- e. Masih memerlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta)

### 3) Maju

- a. Masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi wisata termasuk pengembangannya
- b. Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan, termasuk wisatawan mancanegara
- c. Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah memadai
- d. Masyarakat sudah berkemampuan memanfaatkan dana desa untuk pengembangan desa wisata.

### 4) Mandiri

- a. Masyarakat sudah memberikan inovasi dalam pengembangan potensi wisata desa (diversifikasi produk) menjadi unit kewirausahaan yang mandiri
- b. Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal oleh mancanegara dan sudah menerapkan konsep berkelanjutan yang diakui oleh dunia
- c. Sarana dan prasarana sudah mengikuti standar internasional minimal ASEAN
- d. Pengelolaan desa wisata sudah dilakukan secara kolaboratif antar sector sudah berjalan baik
- e. Dana desa menjadi bagian penting dalam pengembangan inovasi diversifikasi produk wisata di desa wisata
- f. Desa sudah mampu memanfaatkan digitalisasi sebagai bentuk promosi mandiri (mampu membuat bahan promosi dan menjual secara mandiri melalui digitalisasi dan teknologi).

#### **2.1.5 Prinsip Pengelolaan Desa Wisata**

Menurut (Hadiwijoyo, 2018). Prinsip pengembangan desa wisata adalah sebagai salah satu produk wisata alternatif yang dapat memberikan dorongan bagi pembangunan pedesaan yang berkelanjutan serta memiliki prinsip prinsip pengelolaan antara lain:

- 1) Memanfaatkan sarana dan prasarana masyarakat setempat
- 2) Menguntungkan masyarakat setempat

- 3) Berskala kecil untuk memudahkan terjalinnya hubungan timbal balik dengan masyarakat setempat
- 4) Melibatkan masyarakat setempat
- 5) Menerapkan pengembangan produk wisata pedesaan.

#### **2.1.6 Potensi Desa Wisata**

Potensi desa merupakan keseluruhan sumber daya yang dimiliki dan dapat digunakan oleh penduduk untuk memenuhi kebutuhan guna mencapai kesejahteraan hidup penduduknya. Potensi desa dapat berupa hal hal sebagai berikut :

- 1) Sumber daya alam, meliputi segala ciptaan Tuhan yang dapat dimanfaatkan oleh manusia, baik sebagai bahan mentah maupun bahan baku dalam proses produksi. Bahan tersebut dapat berupa luas, orbitasi (jarak), keindahan alam, kesuburan lahan, morfologi, iklim, tata air (sungai, danau, mata air), hewan, tumbuhan, dan tanaman budidayakan. Semua itu akan menghasilkan berbagai bentuk penggunaan lahan seperti pertanian, perkebunan, kehutanan, dan peternakan.
- 2) Penduduk, merupakan orang orang yang berdiam dan menggantungkan diri dari sumber daya yang ada didesa tersebut. Penduduk dapat meliputi jumlah, etnis, kepadatan, struktur umur, Pendidikan, mata pencaharian, Kesehatan, dan etos kerja, serta berbagai unsur budaya seperti adat istiadat, legenda, kesenian, pakaian, perumahan, dan sebagainya.
- 3) Kelembagaan, merupakan modal dalam proses pembangunan. Lembaga dibentuk oleh sekelompok orang guna mencapai tujuan tertentu. Dalam suatu kelembagaan terdapat struktur pengurus, seperangkat aturan, dan mekanisme kerja untuk keefektifan dalam mencapai tujuan. Desa sebagai Lembaga memiliki berbagai aparat pemerintah desa yang dapat menjadi motor penggerak dalam pembangunan desa.
- 4) Prasarana dan sarana, berbagai fasilitas yang dibutuhkan untuk menunjang dan mendukung terselenggaranya tata kehidupan yang berkualitas, meliputi prasarana dan sarana perhubungan, komunikasi, listrik, Pendidikan, Kesehatan, rekreasi, keamanan, peribadatan dan pemasaran

Perpaduan antara potensi sumber daya, penduduk, kelembagaan serta prasarana dan sarana menghasilkan tipologi desa sebagai berikut :

1. Potensi pertanian sawah
2. Potensi pertanian ladang
3. Potensi perkebunan
4. Potensi peternakan
5. Potensi pertambangan
6. Potensi kerajinan/industri kecil
7. Potensi industri sedang/besar
8. Potensi jasa/perdagangan

#### **2.1.7 Produk Desa Wisata**

1. Berbasis alam, misalnya berupa keindahan dan keajaiban alam seperti air terjun, danau, sungai, areal pesawahan, perkebunan, laut dan fenomena alam lainnya yang ada sesuai dengan lokasi pedesaan.
2. Berbasis budaya, misalnya arsitektur rumah, perabotan, pakaian, makanan, minuman khas, cara memasak, kerajinan tangan, bahasa, upacara upacara yang digelar, tata cara bertani, gaya hidup, kesenian dan sebagainya.
3. Berbasis sejarah, misalnya berupa situs situs sejarah, legenda, kepercayaan, dan kebiasaan kebiasaan yang sifatnya turun-temurun.

#### **2.1.8 Kelembagaan Desa Wisata**

Menurut Kementerian Pariwisata dalam Buku Panduan Desa Wisata (2020) dalam perkembangannya, pengelolaan desa wisata dapat dilakukan dengan tiga Lembaga pengelola yang kesemuannya berlandaskan pada pemberdayaan masyarakat, yaitu

##### **a. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)**

Kelompok ini dibentuk berdasarkan kesepakatan masyarakat yang diketahui oleh Kepala Desa dan dikukuhkan oleh Kepala Dinas Pariwisata setempat sebagai penggerak kegiatan sadar wisata dan implementasi sapta pesona.

##### **b. Koperasi**

Desa wisata juga dapat dikelola oleh koperasi, dimana koperasi didirikan oleh sedikitnya oleh 20 anggota yang membentuk kepengurusan koperasi dan

dikukuhkan oleh Dinas Koperasi setempat menjadi badan hukum yang berkewajiban mengelola kegiatan dan mendapatkan keuntungan (Sisa Hasil Usaha/SHU) dan dipertanggungjawabkan dalam rapat RAT.

#### c. BUMDES

Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) merupakan badan hukum resmi desa yang dibentuk oleh Pemerintah Desa dan Badan Perwakilan Desa (BPD) melalui musyawarah desa. Kelembagaan yang dibentuk menyerupai perusahaan, dimana sahamnya dimiliki oleh pemerintah desa dengan mengangkat direksi untuk menjalankan usaha didesa dengan menggunakan skema pernyataan modal dan asset desa.

#### **2.1.9 Sapta Pesona**

Kata Sapta Pesona berasal dari dua kata yaitu “Sapta” dan “Pesona” yang dipahami sebagai 7 unsur yang terkandung dalam produk pariwisata sebagai tolak ukur peningkatan kualitas dalam mengembangkan suatu objek wisata (Sunarti & Hakim, 2017). Sapta Pesona adalah jabaran konsep sadar wisata yang terkait dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya menciptakan lingkungan dan suasana yang kondusif yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata. Citra dan mutu pariwisata disuatu daerah atau objek wisata pada dasarnya ditentukan oleh keberhasilan dalam perwujudan sapta pesona (Sihite, 2000 : 82).

Sapta pesona terdiri atas tujuh unsur yang dimuat dalam keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor KM.5/UM.209/MPPT-89 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona, yaitu :

- 1) Aman adalah menciptakan keamanan, rasa aman tenang, terhindar dari rasa takut, rasa cemas pada saat datang ke ekowisata.
- 2) Tertib adalah untuk menciptakan ketertiban di lingkungan terselenggaranya kegiatan ekowisata. Mentaati aturan aturan yang berlaku, memelihara lingkungan/konservasi, disiplin, mewujudkan budaya antri
- 3) Bersih adalah menciptakan dan menjaga kebersihan lingkungan dari sampah dan limbah yang berbahaya serta perilaku perilaku yang tidak sesuai dengan norma yang berlaku dalam masyarakat.

- 4) Sejuk adalah menciptakan suasana penuh kesejukan dalam bentuk fisik (teduh, hijau, nyaman) dan sejuk dalam bentuk Tindakan yaitu berperilaku sopan santun.
- 5) Indah adalah menciptakan keindahan enak dipandang, serasi dan harmonis. Dengan menciptakan keindahan, wisatawan menjadi lebih lama tinggal dan ingin melanjutkan kunjungan kembali.
- 6) Ramah atau keramahtamahan, sikap dan perilaku SDM pariwisata sebagai pengelola dalam memberikan pelayanan (*service*) mampu memberikan kepuasan kepada wisatawan (*customer satisfaction*)
- 7) Kenangan adalah menciptakan pengalaman, pengetahuan yang mendalam, sehingga berkesan dan tidak mudah dilupakan. Baik berupa cinderamata maupun *souvenir* yang diharapkan mampu memberikan sentuhan hati wisatawan untuk dibawa pulang ke daerahnya.

#### **2.1.10 Syarat Syarat Pengembangan Pariwisata**

Dalam pengembangan pariwisata dikenal dengan adanya konsep 3A. Konsep ini merupakan aspek utama yang harus terpenuhi di sebuah pariwisata. Konsep 3A meliputi :

##### 1) *Attraction*

Merupakan atraksi atau segala sesuatu yang dapat dipertunjukkan disuatu objek wisata sebagai daya tariknya. Atraksi ini merupakan produk utama yang berkaitan dengan apa yang dapat dilihat dan apa yang dapat dilakukan disebuah objek pariwisata baik itu berupa daya tarik alam, daya tarik budaya dan daya tarik buatan.

##### 2) *Accessibility*

Aksesibilitas merupakan faktor faktor yang mendukung kemudahan wisatawan untuk mencapai destinasi. Aksesibilitas merupakan sarana dan prasarana yang dapat mendukung adanya pariwisata karena sebagai akses yang dapat menempuh ke Kawasan wisata. Sarana dan prasarana ini meliputi jalan, sarana transportasi dan sebagainya untuk menuju tempat destinasi wisata.

##### 3) *Amenity*

*Amenity* adalah sumber daya yang khusus dibuat karena mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam aktivitasnya di suatu destinasi pariwisata. Amenitas berkaitan dengan sarana yang dapat mendukung kegiatan wisata seperti sarana (penginapan, restoran, tempat makan dan minum, toilet, *rest area*, tempat parkir dan tempat ibadah).

Menurut penelitian Aksara (2017) ada 3 kriteria dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata agar obyek destinasi wisata tersebut dapat diminati pengunjung, yaitu :

- 1) *Something too see* adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dayatarik dari wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.
- 2) *Something to do* adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata disana bisa melakukan sesuatu yang berguna atau bermanfaat untuk memberikan perasaan senang, bahagia, *relax*, yang berupa fasilitas fasilitas rekreasi baik itu arena beraktivitas bermain ataupun tersedianya berbagai tempat makan, terutama makanan khas *local* dari tempat tersebut sehingga mampu memberikan pengalaman baru serta membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal.
- 3) *Something to buy* adalah fasilitas untuk wisatawan dapat berbelanja yang berupa *souvenir*, produk kemasan yang pada umumnya adalah ciri khas atau *icon* dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan oleh oleh.

#### **2.1.11 Dampak Pariwisata terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat**

- 1) Bidang Ekonomi
  - a. Memperluas kesempatan kerja
  - b. pendapatan dan Standar hidup penduduk
  - c. Meningkatkan aktivitas ekonomi lokal
  - d. Memacu pertumbuhan Regional
  - e. Meningkatkan dan Menyebarkan Infrastruktur dan Fasilitas Umum
  - f. Menyeimbangkan Neraca Pembayaran Negara
  - g. Meningkatkan Pajak Negara
  - h. Mendorong timbulnya wiraswatawan baru

## 2) Bidang Sosial Budaya

Dampak pariwisata dari sosial budaya diantaranya meningkatkan Pendidikan dan wawasan, memperkenalkan budaya, meningkatkan kesadaran akan kemenarikan budaya, meningkatkan toleransi antarbudaya. Adapun bila secara ekonomi terpenuhi dengan baik, maka akan timbul kepuasan secara psikologis (Maryani E, 2019).

Bagi penduduk setempat, jumlah wisatawan yang datang bertambah secara terus-menerus, dengan berbagai latar belakang social budaya dan ekonomi, akan tampak pula pengaruhnya. Dengan demikian, pengaruh sosial budaya akan lebih nyata dirasakan oleh penduduk di sekitar Kawasan wisata.

Pengaruh pariwisata baik langsung maupun tidak langsung terhadap sosial budaya masyarakat setempat tampak dari berbagai segi yaitu sebagai berikut :

1. Komposisi penduduk
  - a. Jumlah penduduk semakin meningkat
  - b. Perubahan komposisi penduduk menurut jenis kelamin dan usia
  - c. Perubahan ukuran keluarga misalnya menjadi keluarga kecil
2. Perubahan mata pencaharian. Orientasi aktivitas ekonomi (misalnya cenderung komersial), meningkatnya permintaan tenaga kerja wanita, dan berkembangnya lapangan kerja yang bersifat musiman. Perubahan mata pencaharian ini lebih banyak memiliki pengaruh positif.
3. Perubahan dalam wawasan berbahasa. Meningkatnya kemampuan berbahasa asing adalah hal yang positif.
4. Perubahan sistem nilai dalam moral, etika, kepercayaan, dan tata pergaulan dalam masyarakat.
5. Berubahnya gaya hidup, misalnya dari gaya hidup pedesaan (*rural*) menjadi gaya hidup urban (perkotaan)
6. Perubahan dalam bidang Pendidikan. Adanya kebutuhan akan tingkat Pendidikan yang lebih tinggi dan tenaga tenaga yang ahli dalam bidang kepariwisataan (seperti jurusan hotel, bina wisata, usaha perjalanan wisata, manajemen pariwisata, dan sebagainya).

### 2.1.12 Pengertian Masyarakat

Masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat-istiadat tertentu yang bersifat kontinu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama (Koentjaraningrat, 2005)

Adapun ciri ciri umum masyarakat, yaitu :

- a. Interaksi antar warga, baik secara langsung maupun tidak langsung
- b. Adat istiadat
- c. Hukum dan aturan aturan khas yang mengatur seluruh tingkah lakuarganya
- d. Rasa identitas, yang mengikuti semua warga

### 2.2 Penelitian Relevan

Penelitian relevan ini dijadikan acuan oleh penulis dalam melakukan penelitian dan menunjukkan bahwa penelitian yang sedang dilakukan ini bukan merupakan suatu hal yang baru diteliti. Berikut merupakan beberapa penelitian relevan yang masih terkait dengan penelitian yang sedang peneliti teliti :

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Relevan**

No	Aspek	Penelitian 1 (Jurnal)	Penelitian 2 (Skripsi)	Penelitian 3 (Skripsi)	Penelitian yang dilakukan
1	Penulis	(Mayasari Dina, Liliana Dewi, Bagus Syarifudin, 2022)	(Napitulu, 2019)	(Popon, 2021)	Azmy Chusnul Bani A.S
2	Judul	“Peningkatan Perekonomian melalui Pengembangan Desa Wisata di Desa Sukajadi, Kabupaten Bogor”	“Pengembangan Desa Wisata Tomok Parsaoran Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir Provinsi Sumatera Utara”	Analisis Dampak Pengembangan Desa Wisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Lokal (Studi pada Desa Wisata Lubok Sukon Kecamatan Ingin Jaya Kabupaten Aceh Besar)	“Pengembangan Potensi Desa Wisata Sindang Kasih di Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut”

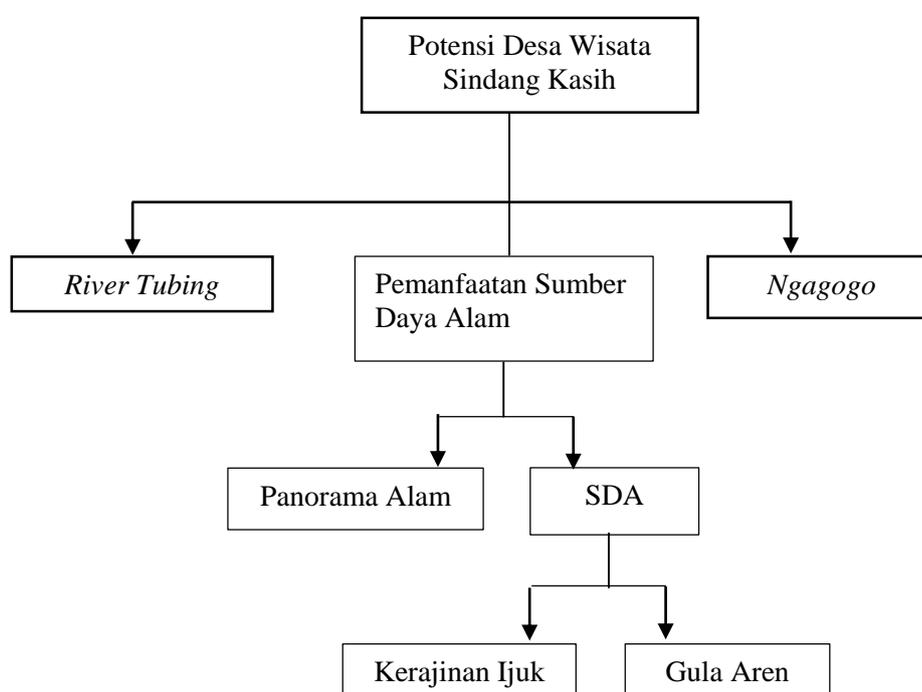
3	Instansi	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, Jakarta Indonesia	Pendidikan Geografi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi	Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar- Raniry	Pendidikan Geografi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi
4	Rumusan Masalah	Identifikasi Potensi Apa Saja yang terdapat di Desa Wisata Desa Sukajadi Kabupaten Bogor? Bagaimana startegi pengembangan Desa Sukajadi menjadi desa wisata di Desa Sukajadi Kabupaten Bogor?	1. Bagaimana Perkembangan Desa Wisata Tomok Parsaoran sebagai objek wisata di Desa Tomok Parsaoran Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir Provinsi Sumatera Utara? Apa dampak positif dan negative dari perkembangan Desa Wisata Tomok Parsaoran sebagai objek wisata di Desa Tomok Parsaoran Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir Provinsi Sumatera Utara?	1) Bagaimana model dan program pengembangan Desa Wisata Lubok Sukon Kecamatan Ingin Jaya Kabupaten Aceh Besar? 2) Bagaimana dampak Pengembangan Desa Wisata Lubok Sukon Kecamatan Ingin Jaya Kabupaten Aceh Besar terhadap perekonomian masyarakat sekitar?	1. Potensi apa saja yang dimiliki Desa Wisata Sindang Kasih di Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut? 2. Bagaimana Upaya Pengembangan Desa Wisata Sindang Kasih dalam Peningkatan Sosial Ekonomi Masyarakat Sindang Kasih di Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut?
5	Metode Penelitian	Kualitatif	Kuantitatif	Kualitatif	Kuantitatif
6	Hasil Penelitian	Desa Sukajadi memiliki	Perkembangan Desa Wisata	Pengembangan Desa Wisuda	

		<p>kesiapan untuk membangun potensi menjadi desa wisata dan strategi pengembangan dari enam kriteria potensi, dukungan sumber daya manusia, kelembagaan desa wisata, area kegiatan wisata, sarana dan prasarana, fasilitas pendukung</p>	<p>Tomok Parsaoran sebagai objek wisata sudah baik karena dilakukan pembangunan melalui pembangunan fisik yaitu penataan lanskap area kursi batu, penataan tribun penonton pertunjukan sigale gale, pembangunan sopo, penataan fasilitas berdagang dan pembangunan dan perbaikan jalan serta pembangunan non fisik yaitu memberikan pelatihan masyarakat sadar wisata</p>	<p>Lubok Sukon menjadi desa wisata sudah berdampak pada lingkungan dan masyarakat semakin menjaga keutuhan budaya adat dan istiadat dan kebersihan. Namun, dari sisi perekonomian masih memiliki dampak yang kecil seperti kesempatan kerja dan peningkatan ekonomi masyarakat.</p>	
--	--	--	---	---	--

### 2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada penyusunan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang didukung oleh kajian teoritis dan penelitian relevan yang telah dilakukan sebelumnya, dapat ditentukan skema kerangka konseptual untuk menentukan hipotesis dari penelitian yang akan dilakukan. Kerangka konseptual pada penelitian yang berjudul “Pengembangan Potensi Desa Wisata Sindang Kasih di Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut” adalah sebagai berikut:

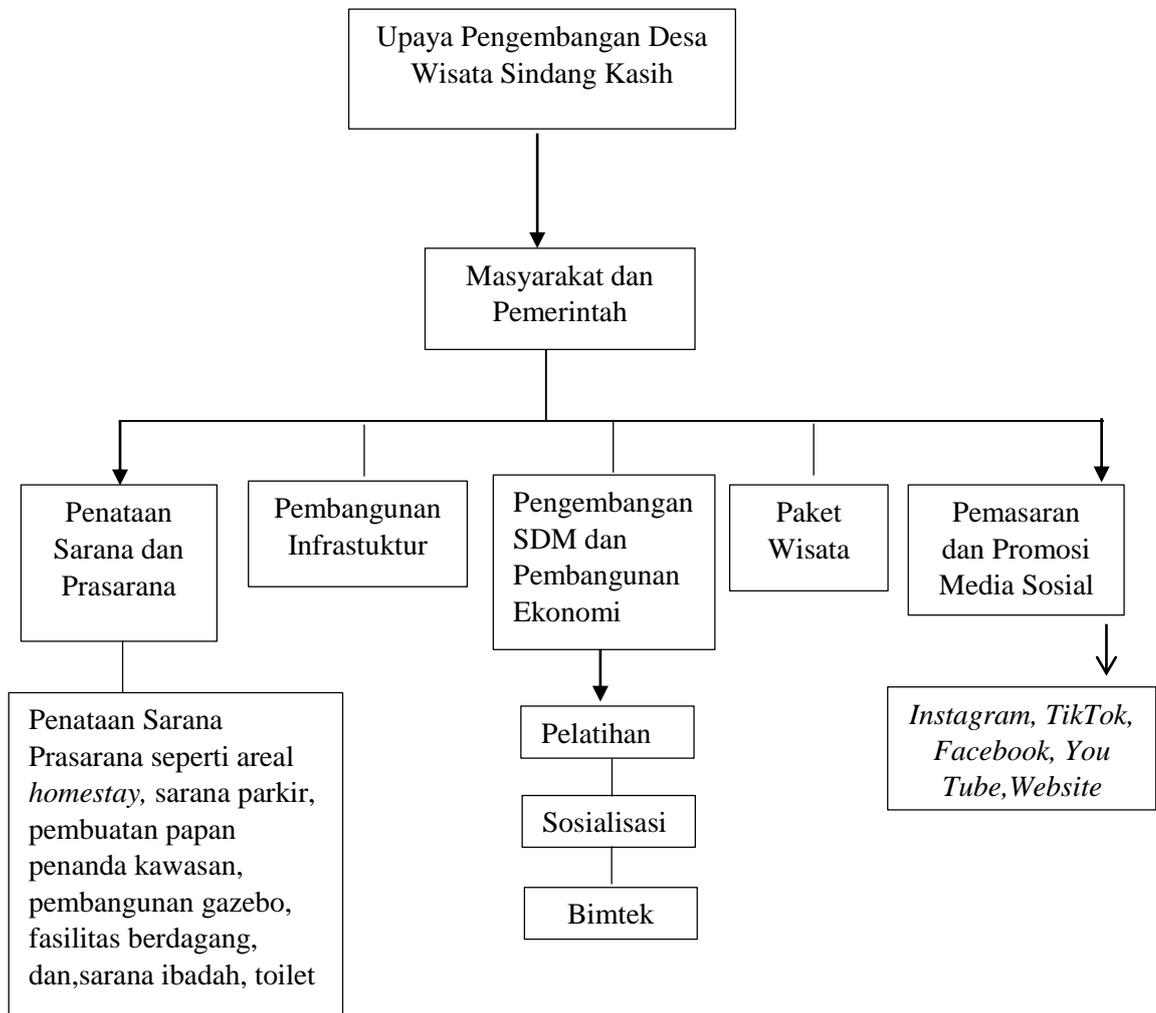
#### 1. Kerangka Konseptual I



**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual yang pertama didasarkan pada rumusan masalah yang pertama yaitu “Potensi apa saja yang dimiliki Desa Wisata Sindang Kasih di Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut?”. Potensi yang dimiliki Desa Wisata Sindang Kasih yaitu *River Tubing*, Panorama alam dan SDA (sumber daya alam) banyak dimanfaatkan pohon aren seperti seratnya digunakan untuk kerajinan ijuk dan Gula Aren dan *Ngagogo*.

## 2. Kerangka Konseptual II



**Gambar 2. 2**  
**Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual yang kedua didasarkan pada rumusan masalah yang kedua yaitu “Bagaimana Upaya Pengembangan Desa Wisata Sindang Kasih dalam Peningkatan Sosial Ekonomi masyarakat Sindang Kasih di Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut?” Upaya yang dilakukan oleh masyarakat dan pemerintah Sindang Kasih ini dengan cara seperti penataan dan perbaikan sarana dan prasarana seperti penataan area *homestay*, areal lahan parkir, pembuatan plang/papan nama penanda kawasan, pembangunan gazebo, fasilitas tempat berdagang, sarana ibadah dan toilet. Pembangunan infrastuktur seperti *hotmix* menuju *homestay*, Pengembangan Sumber Daya Manusia seperti Pelatihan

Pelatihan. Seperti Pelatihan Masyarakat Sadar Wisata, Pelatihan Pengelolaan Desa Wisata, Pelatihan Kebencanaan, Pelatihan Cara mempromosikan melalui digitalisasi, Pelatihan Pemasaran dan Sosialisasi Peningkatan Kapasitas SDM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Desa Wisata. Selain itu juga ada juga Bimbingan Teknik Digitalisasi Branding Produk Ekonomi Kreatif. Upaya Pengembangan lainnya yaitu Paket Wisata dan Pemasaran dan Promosi wisata melalui digitalisasi yaitu Instagram, Tiktok, YouTube, Facebook dan berbagai akun media sosial lainnya. Upaya yang dilakukan ini memberikan dampak terhadap sosial ekonomi bagi masyarakat Desa Sindang Kasih.

#### **2.4 Hipotesis**

Hipotesis (*hypo* = sebelum = *thesis* = pernyataan, pendapat) adalah suatu pernyataan yang pada waktu diungkapkan belum mengetahui kebenarannya, tetapi memungkinkan untuk diuji dalam kenyataan empiris. Hipotesis memungkinkan kita menghubungkan teori dengan pengamatan, “pernyataan tentang harapan peneliti mengenai hubungan hubungan antara variabel variabel di dalam persoalan” (Gulo, 2000).

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

- a. Potensi yang dimiliki Desa Wisata Sindang Kasih Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut yaitu *River Tubing*, panorama alam dan SDA (sumber daya alam) banyak dimanfaatkan pohon aren seperti seratnya digunakan untuk kerajinan ijuk dan Gula Aren dan *Ngagogo*
- b. Upaya Pengembangan Desa Wisata Sindang Kasih dalam Peningkatan Sosial Ekonomi masyarakat Sindang Kasih di Desa Sukamaju Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut Upaya yang dilakukan oleh masyarakat dan pemerintah Sindang Kasih ini dengan seperti penataan dan perbaikan sarana dan prasarana contohnya areal lahan parkir, pembuatan plang/papan nama penanda Kawasan, pembangunan gazebo, fasilitas tempat berdagang, sarana ibadah dan toilet. Pembangunan infrastruktur, Pengembangan Sumber Daya Manusia seperti Pelatihan Pelatihan. Seperti Pelatihan Masyarakat Sadar Wisata, Pelatihan Pengelolaan Desa Wisata, Pelatihan Kebencanaan, Pelatihan Cara

mempromosikan melalui digitalisasi, Pelatihan Pemasaran dan Sosialisasi Peningkatan Kapasitas SDM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Desa Wisata. Selain itu juga ada juga Bimbingan Teknik Digitalisasi Branding Produk Ekonomi Kreatif. Upaya pengembangan lainnya dengan cara Pembangunan Sosial Ekonomi, menyediakan paket wisata dan Pemasaran dan Promosi wisata melalui digitalisasi yaitu Instagram, Tiktok, YouTube, Facebook dan berbagai akun media sosial lainnya.