

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Pariwisata**

Istilah Pariwisata berasal dari kata *pari* yang berarti banyak dan *wisata* yang berarti berpergian dengan tujuan refreking baik sendirian maupun kelompok. Menurut UU No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan disebutkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Pariwisata merupakan salah satu potensi sumber daya yang dapat dikembangkan oleh setiap daerah sebagai salah satu sumber daya yang menghasilkan devisa bagi negara (Astuti, 2017).

Pariwisata didefinisikan sebagai perpindahan sementara yang dilakukan oleh masyarakat dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya (Marpaung, 2002).

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dan diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lainnya dengan tujuan untuk menikmati perjalanan guna bertamasya atau memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Menurut Yoeti, 1982).

Pariwisata tidak hanya merupakan kekuatan sosial dan ekonomi yang kuat tetapi juga merupakan faktor lingkungan fisik demikian juga. Ia memiliki kekuatan untuk memperbaiki lingkungan, menyediakan dana untuk konservasi, melestarikan budaya dan sejarah, untuk menetapkan batas penggunaan yang berkelanjutan dan untuk melindungi atraksi alam. (Okech, 2009). Melihat beberapa pengertian tentang pariwisata tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa pariwisata membicarakan suatu perjalanan oleh seseorang atau sekelompok orang

ke suatu tempat/ objek wisata yang dilakukan untuk sementara waktu untuk bertamasya dan menikmati segala fasilitas dan pelayanan yang di sediakan tempat tujuan tersebut. Apabila dikaitkan dengan pariwisata alam maka segala sesuatu yang dikaitkan dengan bertamasya seperti kegiatan menikmati objek wisata alam dengan fasilitas dan pelayanan yang mendukung kegiatan atraksi wisata alam.

### **2.1.2 Jenis Pariwisata**

Menurut Badarudin dalam Maryam (2014) jenin-jenis pariwisata berdasarkan motif tujuan perjalanan dapat dibedakan dari beberapa jenis pariwisata yaitu :

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*), jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, untuk mengendorkan ketegangan syarafnya, untuk menikmati keindahan alam, untuk menikmati hikayat rakyat suatu daerah, untuk menikmati hiburan, dan sebagainya.
2. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*), jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahannya.
3. Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural tourism*), jenis pariwisata ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, cara hidup masyarakat negara lain dan sebagainya.
4. Pariwisata untuk olahraga (*sports tourism*) Jenis pariwisata ini bertujuan untuk tujuan olahraga, baik hanya untuk menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditujukan bagi mereka yang ingin mempraktikkannya sendiri.
5. Pariwisata untuk urusan dagang besar (*business tourism*), dalam jenis pariwisata ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan ini yang menggunakan waktu-

waktu bebasnya untuk menikmati dirinya sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai obyek wisata dan jenis pariwisata lain.

6. Pariwisata untuk konvensi (*convention tourism*), banyak negara yang tertarik dan menggarap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan- bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang *convention tourism*.

Dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis pariwisata berdasarkan tujuannya adalah pariwisata untuk perjalanan, pariwisata untuk rekreasi, pariwisata untuk kebudayaan, pariwisata untuk olahraga, pariwisata untuk bisnis dan pariwisata untuk konvensi.

### **2.1.3 Objek Daya Tarik Wisata**

Menurut Undang-Undang No 10 tahun 2009 menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah 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.

Sedangkan menurut Warpani dan Indira dalam Tabuni (2015) “Daya tarik wisata yang dimiliki suatu destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata (DTW), yakni sesuatu yang dapat dilihat”.

Menurut Yoeti dan Ismayanti dalam Pranata (2017) mengungkapkan bahwa daya tarik wisata adalah suatu objek ciptaan Tuhan maupun hasil karya manusia, yang menarik minat orang berkunjung dan menikmati keberadaannya. Hal-hal yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat tujuan wisata antara lain :

- a. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna seperti: pemandangan alam, panoramaindah, hutan rimba.
- b. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah (petilasan), seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata petualangan, taman rekreasi dan tempat hiburan.

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

Secara sederhana atraksi dan daya tarik wisata seringkali diklasifikasikan berdasarkan pada jenis dan temanya yaitu (Sunaryo, 2014):

- a. Daya tarik wisata alam, adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada anugerah keindahan dan keunikan yang tersedia di alam, seperti pantai, laut, gunung, danau, hutan, sungai dan air terjun.
- b. Daya tarik wisata budaya, adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik yang berupa peninggalan budaya maupun nilai budaya yang masih hidup (*the living culture*) dalam kehidupan suatu masyarakat, yang berupa: upacara/ritual, adat-istiadat dan lainnya.
- c. Daya tarik minat khusus, adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada aktivitas untuk pemenuhan keinginan wisatawan secara spesifik, seperti: pengamatan satwa tertentu, memancing, berbelanja, kesehatan dan penyegaran badan (*spa and rejuvenation*), arum jeram, golf dan lainnya yang terkait dengan hobi atau kegemaran seseorang.
  - a. Menurut beberapa pakar seperti Yoeti dan Sunaryo (2013) dikemukakan bahwa daya tarik/atraksi dari suatu destinasi merupakan faktor yang paling penting dalam rangka mendukung wisatawan untuk mengunjunginya. Paling tidak harus memenuhi tiga syarat utama yaitu: Destinasi tersebut mempunyai apa yang disebut "*something to see*". Maksudnya destinasi tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang bisa dilihat oleh wisatawan.
  - b. Destinasi tersebut juga harus mempunyai "*something to do*". Selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus juga disediakan beberapa fasilitas rekreasi dan tempat atau wahana yang bisa digunakan oleh

wisatawan untuk beraktivitas seperti olahraga, kesenian, maupun kegiatan yang lain yang dapat membuat wisatawan menjadi betah tinggal lebih lama.

- c. Destinasi juga harus mempunyai “*something to buy*”. Di tempat tersebut harus tersedia barang-barang cinderamata (*souvenir*) seperti halnya kerajinan rakyat setempat yang bisa dibeli wisatawan sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing.

Menurut Cooper dalam Febrina (2015) daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu *attraction* (Atraksi), *accessibilities* (Aksesibilitas), *amenities* (Amenitas atau fasilitas), dan *ancillary* (pendukung pariwisata) berikut penjelasannya:

1. *Attraction* (Atraksi)

Atraksi merupakan produk utama sebuah destinasi. Atraksi atau daya tarik wisata berkaitan dengan apa yang bisa dilihat (*what to see*) dan dilakukan (*what to do*) oleh wisatawan di sebuah destinasi wisata (Karyono, 1997). Diperkuat oleh Suwena (2010), atraksi wisata atau sumber kepariwisataan (*tourismresources*) merupakan komponen yang secara signifikan menarik kedatangan wisatawan dan dapat dikembangkan di tempat atraksi wisata ditemukan (*in situ*) atau diluar tempatnya yang asli. Atraksi wisata terbagi menjadi tiga, yaitu :

- 1) Atraksi wisata alam seperti perbukitan, perkebunan, gunung, danau, sungai dan pantai
- 2) Atraksi wisata budaya seperti kearifan masyarakat, seni dan kerajinan tangan, masakan khas, arsitektur rumah tradisional, dan situs arkeologi
- 3) Atraksi buatan manusia seperti wisata olahraga, berbelanja, pameran, taman bermain, festival dan konferensi (Suwena, 2010). Keberadaan atraksi menjadi alasan serta motivasi wisatawan untuk berkunjung sehingga pengembangannya harus mempunyai nilai diferensiasi yang tinggi, unik dan berbeda dari daerah atau wilayah lain.

2. *Amenity* (Fasilitas)

Fasilitas adalah segala macam sarana dan prasarana pendukung selama wisatawan berada di daerah tujuan wisata, meliputi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan, dan tempat perbelanjaan. Fasilitas bukan merupakan daya tarik bagi wisatawan, namun menjadi syarat yang menentukan berapa lama wisatawan bertahan di lokasi wisata dan kekurangan fasilitas akan menjadikan wisatawan menghindari destinasi wisata tersebut (Sugiyama, 2011).

Menurut Chuba (2012) penginapan merupakan fasilitas pendukung penting pada suatu destinasi wisata. Penginapan dapat ditemukan di mana pun wisatawan bepergian karena wisatawan membutuhkan lokasi beristirahat dan bersantai selama melakukan perjalanan sehingga dibutuhkan bangunan yang dapat sebagai tempat tinggal sementara atau penginapan. Lebih lanjut Chuba (2012) mengartikan penginapan sebagai subsektor terbesar dan paling umum didalam bisnis pariwisata. Industri penginapan telah menyaksikan inovasi-inovasi reguler yang telah menghasilkan berbagai macam produk dalam ukuran, jenis dan layanan yang diberikan.

### 3. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas merupakan sarana dan infrastruktur yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk bergerak dari satu daerah ke daerah lain. Faktor-faktor yang penting terkait dengan aspek aksesibilitas wisata meliputi petunjuk arah, bandara, terminal, waktu yang dibutuhkan, biaya perjalanan, dan frekuensi transportasi menuju lokasi wisata (Sunaryo, 2013). Individual tourist mengatur perjalanannya sendiri tanpa bantuan travel agent sehingga sangat bergantung kepada kemudahan akses dan fasilitas publik. Akses jalan yang baik harus diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi dan kemudahan sarana informasi. Cross (2016) menjabarkan transportasi umum sebagai layanan angkutan penumpang yang digunakan oleh masyarakat umum seperti bis, kereta api, pesawat terbang, dan kapal laut. Sementara kemudahan komunikasi dikhususkan

pada media sosial. Media sosial merupakan media online berupa aplikasi atau situs dimana setiap orang bisa membuat halaman pribadi, serta terhubung dengan individu atau kelompok untuk berbagi informasi dan berkomunikasi satu sama lain (Kaplan dan Haenlein 2010).

Ditambahkan oleh Umami (2015) yang mengklasifikasi media sosial sebagai alat pemasaran baru yang dapat menciptakan komunikasi interaktif antara wisatawan dengan produk pariwisata yang dengan sendirinya dapat meningkatkan kesadaran.

#### 4. *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Sugiama (2011) menerangkan bahwa *ancillary* atau pelayanan tambahan merupakan adanya lembaga kepariwisataan yang dapat memberikan wisatawan rasa aman dan terlindungi (*protection of tourism*). Pelayanan tambahan mencakup keberadaan dari berbagai organisasi yang memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran dari suatu destinasi wisata. Organisasi yang terkait dalam hal ini antara lain pihak pemerintah seperti dinas pariwisata, komunitas pendukung kegiatan pariwisata, asosiasi kepariwisataan seperti asosiasi pengusaha perhotelan, biro perjalanan wisata, pemandu wisata, dan stakeholder yang berperan dalam kepariwisataan.

### **2.1.4 Potensi Wisata**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), potensi wisata dapat diartikan sebagai daya tarik, keunikan, kekuatan, dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu objek yang memiliki kemungkinan untuk mengembangkan sesuatu menjadi aktual atau nyata. Potensi wisata adalah kemampuan dalam suatu wilayah yang mungkin dapat dimanfaatkan untuk pembangunan, mencakup alam dan manusia serta hasil karya manusia itu sendiri (Sujali dalam Lamandasa, 2013).

Potensi wisata (Asisten Dua Kependudukan dan Lingkungan Hidup, 1990 dalam Aprilianti 2017 ) dapat dibagi menjadi:

a. Potensi wisata bersifat panorama alam yang berhubungan dengan

cagar alam, suaka alam, termasuk flora dan fauna dengan pemandangan luar biasa dan indah.

- b. Potensi wisata bersifat apounturir, yaitu berhubungan dengan perjalanan menuju tempat-tempat dengan berbagai alat transportasi termasuk perjalanan safari, pendaki gunung, olahraga dan slancar.
- c. Potensi wisata bersifat bisnis/ekonomi, yaitu berhubungan dengan usaha perdagangan, diplomatik dan lain-lainya.
- d. Potensi wisata bersifat hiburan, alamiah, sosial dan budaya yaitu berhubungan dengan penikmatan nilai-nilai budaya tradisional atau modern berupa tari- tarian, hasil kerajinan tangan dan produksi setempat serta arsitektur budaya Indonesia.

Kategori potensi dibedakan menjadi tiga (Yankumara, 2007 dalam Aprilianti 2017), yaitu sebagai berikut :

- a. Potensi tinggi, dikatakan potensi tinggi apabila objek wisata tersebut memiliki pemandangan alam yang sangat menarik, tempat bersih, tersedia fasilitas lengkap, seperti MCK, tempat ibadah, tempat parkir, pos keamanan dan kesehatan, memiliki sarana bermain dan istirahat, mempunyai atraksi wisata yang menarik, tersedia tempat makan dan minum, terdapat oleh-oleh khas objek wisata, aksesibilitas menuju lokasi mudah dijangkau, pelayanan wisata memuaskan
- b. Potensi sedang, dikatakan potensi sedang apabila pemandangan di objek wisata kurang menarik, tersedia sarana seperti : MCK, tempat ibadah, tempat parkir, pos keamanan dan kesehatan, tempat parkir, tempat bermain dan istirahat, tempat makan dan minum, semua fasilitas tersebut ada namun tidak semua dapat digunakan atau kurang perawatan, aksesibilitas menuju lokasi objek wisata cukup sulit dan terdapat jalan yang rusak, pelayanan petugas wisata kurang ramah, atraksi wisata sedikit dan kurang menarik, cinderamata mata yang dijual kurang beragam.
- c. Potensi rendah, dikatakan potensi rendah apabila pemandangan alam tidak menarik, tersedia fasilitas MCK namun tidak terawat, pos

keamanan dan kesehatan tidak tersedia, tidak ada tempat ibadah, tidak ada pedagang makanandan minuman, tidak ada atraksi wisata, petugas wisata tidak ramah, aksesibilitas menuju lokasi wisata buruk, tidak ada cinderamata khas objek wisata.

### **2.1.5 Pemanfaatan Potensi Wisata**

Pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti guna atau bisa diartikan berfaedah. Pemanfaatan memiliki makna proses, cara atau perbuatan memanfaatkan (Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, 2002 : 928). Pemanfaatan adalah suatu kegiatan, proses, cara atau perbuatan menjadikan suatu yang ada menjadi bermanfaat (Poerwadarminto , 2002 : 125). Berikut merupakan beberapa pemanfaatan dari potensi wisata air terjun:

#### **a. Pengelolaan Pariwisata**

Dalam pengelolaan pariwisata ini, tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup bahwa upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup dan mencegah terjadinya pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup. Pengembangan pariwisata yang berbasis pada masyarakat harus memperhatikan empat pertimbangan utama yaitu :

1. Aksesibilitas dengan isu pokok kenyamanan dan keadaan.
2. Pelestarian lingkungan isu pokok manfaat dan siklus bisnis.
3. Kemajuan ekonomi isu pokok manfaat dan siklus bisnis.
4. Pengelolaan yang berkesinambungan isu pokok tujuan dan metode.

Didalam menghadapi isu pokok pertimbangan utama dalam pengembangan pariwisata perlu dipersiapkan sebagai respon strategis antara lain :

- a. Jalur-jalur transportasi dan terminalnya.
- b. Keramah tamahan pelayanan.
- c. Penggarapan pelayanan.
- d. Penonjolan penyajian warisan budaya lokal.
- e. Siversifikasi dan pengendalian produk.

- f. Investasi dan penyerapan tenaga kerja lokal.
- g. Kesertaan masyarakat dalam segala kegiatan.

Berdasarkan peraturan pemerintahan, pengelolaan dan pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam meliputi 5 hal yaitu :

1. Pembangunan sarana dan prasarana pelengkap beserta fasilitas pelayanan lain bagi wisatawan.
2. Pengelolaan objek dan daya tarik wisata alam termasuk sarana dan prasarana yang ada.
3. Penyediaan sarana dan fasilitas bagi masyarakat dan sekitarnya untuk berperan serta dalam kegiatan pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam yang bersangkutan.
4. Penyelenggaraan persetujuan seni budaya yang dapat memberi nilai tambah terhadap objek wisata dan daya tarik wisata alam yang bersangkutan.
5. Penyelenggaraan persetujuan seni budaya yang dapat memberi nilai tambah terhadap objek dan daya tarik wisata alam yang bersangkutan.

Pengelolaan pariwisata haruslah mengacu pada prinsip-prinsip pengelolaan yang menekankan nilai-nilai kelestarian lingkungan alam, komunikasi dan nilai sosial yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisatanya serta bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas lokal. Menurut Dowling dan Fennel, (dalam I Gde Pitana 2003 : 2), pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut :

1. Pembangunan dan pengembangan pariwisata haruslah didasarkan pada kearifan lokal dan special lokal yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan.
2. Peningkatan kualitas sumber daya yang menjadi basis pengembangan kawasan pariwisata.
3. Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengatur pada khasanah budaya lokal.

4. Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal.
5. Memberikan dukungan legitimasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat positif tetapi sebaliknya mengendalikan atau menghentikan aktivitas pariwisata tersebut jika melampaui ambang batas lingkungan alam dan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

b. Promosi

Promosi pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang efektif bagi suatu instansi pemerintahan untuk mengenalkan potensi wisata yang dimiliki oleh sebuah wilayah. Keberhasilan promosi harus ditunjang oleh banyak faktor, seperti kemampuan sumber pesan dalam melakukan penyandian tujuan komunikasi menjadi pesan yang menarik dan efektif bagi komunikan, ketepatan memilih jenis promosi, dan ketepatan penggunaan media penyampai pesan, serta pemaknaan sumber pesan terhadap aktivitas promosi yang dilakukan. Menurut Gromang dalam (Novalina, 2013:20) promosi wisata beranjak dari prediksi dan berkaitan dengan upaya memicu kemungkinan penjualan wisata. Promosi wisata ini meliputi seluruh kegiatan yang direncanakan termasuk dalamnya penyebaran informasi, iklan, film, brosur, buku panduan, poster dan lain-lain.

Promosi yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Kawasan Wisata air terjun adalah salah satunya menggunakan media sosial yaitu dengan mengupload video tentang keindahan air terjun di media sosial. Pemanfaatan media sosial dalam era digital sangat memudahkan penyebaran informasi dan promosi dari berbagai sektor kehidupan. Media sosial yang berada di tengah masyarakat terbukti dapat mempromosikan pariwisata menjadi lebih informatif, dan juga fleksibel dalam penyampain informasi yang dapat menarik wisatawan.

Pemanfaatan media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media informasi bagi masyarakat luas untuk mempromosikan lokasi objek wisata air terjun yang baru atau lokasi yang sudah mereka kunjungi. Banyaknya lokasi air terjun yang belum diketahui disebabkan oleh kurangnya informasi tambahan di media elektronik, seperti media cetak (Koran, Majalah, Tabloid) serta media audio visual (website dinas pariwisata, televisi, radio) dan media sosial (*Facebook, Instagram, Tiktok*, dll). Peran serta media sosial beberapa tahun belakang, memiliki peran besar dalam memberikan informasi yang lebih cepat. Para pengguna media sosial memiliki komunitas sendiri dalam menyampaikan informasi tentang lokasi objek wisata yang telah dikunjunginya dan akan menginformasikannya kepada akun atau alamat media sosial yang dimilikinya kepada sesama teman yang berada pada komunitas tersebut. Peran media sosial dalam menginformasikan objek wisata air terjun mengandung nilai estetika lingkungan dan menjadi perhatian secara moral penikmatnya.

#### **2.1.6 Karakteristik Air Terjun**

Air terjun merupakan salah satu dari objek bentang alam yang menarik. Air terjun terbentuk ketika sungai berada pada lereng yang curam. Ketika tanah menjadi tua, topografi dari air terjun berubah secara bertahap dan aliran terjun menjadi lebih cepat (Yusuf, R. 2021). Air terjun bagi ahli geografi merupakan sebuah entitas sumber daya yang khas, mengandung resiko, terdapat kendala dan mengandung kesenangan (Berque, 2000). Secara geomorfologi, air terjun mengandung unsur ilmu pengetahuan, ekologi, budaya dan mengandung alasan ekonomi bagi masyarakat sebagai potensi properti (Panizza & Piacente, 2002; Reynard & Panizza 2005). Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak keindahan alam yang dapat menarik perhatian wisatawan dari mancanegara maupun wisatawan dalam negeri. Salah satu keindahan alam di Indonesia adalah air terjun alami yang terdapat di beberapa wilayah

Indonesia. Pada dasarnya air terjun merupakan sebuah formasi geologi dari arus air yang mengalir melalui sebuah formasi batuan yang mengalami macam-macam erosi dan jatuh dari ketinggian tertentu. Singkatnya, air terjun merupakan formasi aliran air yang jatuh dari ketinggian tertentu karena memang lintasan airnya yang demikian. Dengan kata lain air terjun adalah aliran air yang terbentuk ketika air jatuh bebas dari tempat yang tinggi sehingga menggerus dasar sungai dan membentuk cekungan yang berbentuk kolam. Air terjun di Indonesia sangat beragam, dengan memiliki karakteristik dan keunikan tersendiri, sehingga memberikan pesona dan sensasi tersendiri bagi wisatawan yang melihatnya. Dari air terjun berketinggian beberapa meter hingga puluhan meter bahkan hingga ratusan meter. Air terjun tertinggi di Indonesia adalah Air Terjun Si Gura-gura yang berada di Kabupaten Toba Samosir, Sumatera Utara. Air Terjun Si Gura-gura memiliki ketinggian hingga 250 meter yang airnya berasal dari Danau Toba melalui Sungai Asahan. Sementara air terjun tertinggi di Pulau Jawa adalah Air Terjun Madakaripura yang memiliki ketinggian hingga 200 meter. Air Terjun Madakaripura berada di Kabupaten Probolinggo, Provinsi Jawa Timur.

Salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki kekayaan serta keindahan alam adalah Jawa Barat. Wilayahnya masih terbilang asri, sejuk dan hijau serta terdapat beberapa pegunungan membuat Jawa Barat memiliki ciri khas dibandingkan dengan wilayah lain di Indonesia. Masyarakat yang terkenal ramah tamah kepada setiap orang menjadi nilai tambah tersendiri. Oleh karena itu Jawa Barat merupakan salah satu wilayah destinasi wisata yang digemari oleh para wisatawan. Selain destinasi wisata alam seperti pantai dan daerah pegunungan, di Jawa Barat terdapat beberapa wisata air terjun yang menyimpan pesona keindahan tersendiri. Ada sebutan atau kata lain untuk menunjukkan arti air terjun pada masyarakat umum di Jawa Barat, masyarakat Jawa Barat khususnya orang sunda biasanya menyebut air terjun dengan nama lain yaitu "Curug". Potensi air terjun akan berkembang apabila ada campur tangan dari

pemerintah provinsi, terutama pemerintah kota dan kabupaten. Dari kunjungan wisatawan yang datang, pemerintah bisa memperoleh pendapatan serta masyarakat yang terlibat langsung juga memperoleh tambahan penghasilan. Hal ini tidak akan tercapai jika tidak didukung oleh sarana dan prasarana pariwisata seperti akomodasi, transportasi, fasilitas rekreasi dan hiburan, komunikasi, dan atraksi wisata. Sarana dan prasarana penunjang diperlukan untuk mempermudah akomodasi wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Air terjun terdiri atas berbagai bentuk dan ukuran. Meskipun demikian, air terjun memiliki standarisasi tersendiri dalam pendeskripsianannya (Glaubitz, 2001). Setidaknya terdapat tujuh kelompok penggolongan air terjun berdasarkan kenampakannya secara fisik, yang dikenal secara umum, yaitu:

1. *Cascade*, merupakan air terjun dengan skala kecil yang umum digunakan untuk menjelaskan bagian dari air terjun. Dalam bentuk jamak, umum digunakan untuk menjelaskan air terjun yang mempunyai banyak jatuhan air/berundak-undak. Dalam *Cascade* terbentuk suatu *knickpoints*. *Knickpoints* terbentuk dalam beberapa cara. Salah satu sebabnya adalah yang berhubungan dengan perubahan yang tiba-tiba pada batuan dasar, yang lainnya adalah adanya hubungan dengan pergerakan yang besar sehingga terjadi patahan yang memotong aliran sungai.
2. *Cataract*, merupakan air terjun yang mempunyai ketinggian lebih dari 30 meter dan mempunyai kekuatan air yang besar.
3. *Chute*, merupakan air terjun yang berbentuk sempit dan mempunyai kekuatan besar umumnya berada di antara dua buah batuan besar atau pada dinding jurang dan lebar dinding air terjun yang sempit yaitu kurang dari dua meter.
4. *Slide* (luncur) merupakan tipe air terjun yang terbentuk karena aliran sungai yang mengalir mengikuti kemiringan permukaan dinding tebing, dengan kemiringan tebing kurang dari 70°.

5. *Over hanging ledge falls* (birai yang menggantung), tipe air terjun yang pancuran airnya menonjol keluar dari tebing air terjun/ air tidak menyentuh dinding air terjun.
6. *Parrallel*, tipe ini terbentuk dari dua buah air terjun yang letaknya berdampingan satu sama lainnya.
7. *Waterfall*, yaitu bagian dari sungai yang jatuh secara vertikal ke suatu tempat dan umumnya lebarnya lebih dari dua meter. Tipe *waterfall* ini merupakan tipe umum, yang merupakan tipe yang tidak masuk kategori tipe sebelumnya.

### **2.1.7 Geosite**

Berdasarkan Permen ESDM nomor 1 tahun 2020, *geosite* (situs warisan geologi) adalah objek warisan geologi (*geoheritage*) dengan ciri khas tertentu baik individual maupun multi objek yang merupakan bagian tidak terpisah dari sebuah cerita evolusi pembentukan suatu daerah. Peninjauan serta identifikasi terhadap sebaran *geosite* pada suatu daerah dianggap penting sebagai bagian dari keragaman geologi yang ada pada daerah tersebut, yang kemudian dijadikan sebagai dasar pengembangan *geopark*.

*Geosite* adalah situs geologi yang terbentuk secara alami dan mengandung komponen keragaman geologi tertentu yang unik, langka dan bernilai keilmuan tinggi (Komoo, 2003). *Geosite* diartikan sebagai situs sejarah alam yang berhubungan dengan sejarah semesta, bumi, dan manusia. Situs ini terbuka untuk kegiatan pariwisata. Setiap situs geologi atau situs bentangalam yang mengandung unsur keragaman geologi penting adalah *geosite*. *Geosite* dapat dijabarkan sebagai singkapan batuan atau bentang alam yang menunjukkan nilai tinggi sebagai warisan bumi. Situs itu mungkin ditemukan di tempat lain, tetapi secara umum sulit dijumpai. Pemahaman terhadap *geosite* secara utuh akan membantu manusia memahami sejarah bumi, sehingga tumbuh kepedulian terhadap upaya perlindungannya. Pembukaan *geosite* untuk kegiatan pariwisata sudah banyak dilakukan, dan semuanya berada di dalam kemasan

pengembangan yang sifatnya berkelanjutan. Strategi pengembangan yang diterapkan berdasarkan pada arti dan fungsinya sebagai warisan alam. Hasil identifikasi dan promosi *geosite* menunjukkan bahwa *Geopark* dapat menjadi alat untuk meningkatkan kepedulian orang terhadap nilai warisan geologi dan geomorfologi. Usaha perlindunganpun selanjutnya dapat diterapkan, selaras dengan potensi pengembangan yang dimilikinya.

Keragaman geologi (*geodiversity*) dapat diartikan sebagai gambaran keunikan komponen geologi, seperti mineral, batuan, fosil, struktur geologi, dan bentang alam yang menjadi kekayaan hakiki suatu daerah serta keberadaan, kekayaan penyebaran dan keadaannya yang dapat mewakili proses evolusi geologi daerah tersebut. Keragaman geologi (*geodiversity*) dapat juga dimaknai sebagai suatu kondisi hadirnya variasi material penyusun bumi, bentuk, dan proses yang menyusun dan membentuk bumi, baik secara menyeluruh ataupun fokus hanya pada spesifik area tertentu, sebagai bagian yang merepresentasikan warisan geologi (*geoheritage*) (Natalia dkk., 2021). *Geoheritage* merupakan bagian dari cagar alam suatu wilayah tertentu yang didalamnya terkandung unsur *geodiversity* (keragaman geologi) dengan nilai geologi tertentu dan karenanya layak untuk dilindungi agar manfaatnya dapat dirasakan bagi generasi sekarang dan selanjutnya (IUGS, 2017). Secara umum, nilai-nilai yang terkandung dalam *geoheritage* ialah sebagai berikut:

- a. Nilai Ilmiah dan Pendidikan, nilai ini berperan dalam dunia riset dan akademik serta pengembangan ilmu kebumian kedepannya.
- b. Estetika, nilai estetika dari suatu warisan geologi dapat menjadi persepsi keindahan dari komponen geologi yang berada pada suatu daerah.
- c. Budaya, kaitan antara kondisi geologi dengan budaya, tradisi, ritual, maupun kepercayaan masyarakat setempat.
- d. Wisata, dimanfaatkan menjadi objek wisata berbasis geologi untuk mendukung perekonomian masyarakat setempat.

- e. Lingkungan, kaitannya dengan perlindungan untuk pembangunan berkelanjutan.

### 2.1.8 *Geopark*

#### 1. Ruang lingkup *Geopark*

*Geopark* merupakan sebuah kawasan yang didalamnya memiliki kekayaan dan keunikan geologi yang meliputi nilai arkeologi, ekologi, sejarah dan budaya dengan melibatkan masyarakat setempat untuk berperan dalam melindungi dan meningkatkan fungsi warisan alam. Sehingga dengan adanya *geopark* ini diharapkan mampu memberikan nilai konservasi dan menyejahterakan masyarakat kawasan *geopark* (UNESCO, 2004). *Geopark* mendefinisikan sebagai suatu kesatuan wilayah geografis yang di dalamnya terdapat situs-situs dan bentang alam dengan nilai signifikansi geologis bertaraf Internasional yang dikelola berdasarkan konsep perlindungan, pendidikan, dan pembangunan berkelanjutan. *Geopark* tidak hanya tentang keragaman geologi, hal terpenting dari *Geopark* adalah menggali dan mengembangkan keterkaitan antara keragaman geologi yang dimiliki dengan sumber daya alam dan budaya. Pengembangan keterpaduan keragaman geologi, sumber daya alam, dan budaya dalam konsep *Geopark* ditujukan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman terhadap bagaimana sejarah pembentukan bumi selama jutaan tahun yang lalu membentuk setiap aspek kehidupan dan sosial masyarakat (UNESCO, 2016) (dalam Afmi Apriliani, dkk, 2018: 31)

Menurut peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2020 tentang Pedoman Teknis Pengembangan *Geopark* sebagai Destinasi Pariwisata menyatakan:

*Geopark* merupakan sebuah wilayah geografi tunggal atau gabungan yang memiliki situs warisan geologi (*geosite*) dan bentang alam yang bernilai terkait aspek warisan geologi (*geoheritage*) keragaman geologi (*geodiversity*), keanekaragaman hayati (*biodiversity*) dan keragaman budaya (*cultural diversity*) serta dikelola

untuk keperluan konservasi, edukasi dan pembangunan perekonomian masyarakat secara berkelanjutan dengan keterlibatan aktif dari masyarakat dan pemerintah daerah, sehingga dapat digunakan untuk menumbuhkan pemahaman dan kepedulian masyarakat terhadap bumi dan lingkungan sekitarnya. Konsep *geopark* pada dasarnya bertujuan untuk memperkenalkan dan membangun nilai sejarah Negara serta untuk melindungi semua asset kekayaan yang tak ternilai dan telah menjadi tujuan ekowisata yang menarik (Fauji dan Misni 2016:677).

Awal mula munculnya *geopark* terjadi pada tahun 2000-an di Benua Eropa, dimana *geopark* ini memiliki konsep pengelolaan keragaman geologi yang meliputi konservasi, pembangunan ekonomi dan pengembangan masyarakat lokal. Selanjutnya, mengembangkan konsep dasar *geopark* tersebut kedalam kerangka pembangunan *geopark* yang dapat menjadi acuan dalam pengembangan *geopark* dengan konsep dasar konservasi, pembangunan ekonomi, dan pengembangan masyarakat (Oktariadi 2018:17)

Sesuai dengan yang tertuang dalam Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020) *geopark* bertindak sebagai instrument andal untuk mencapai 9 sasaran dalam *sustainable development goals* (SDG's) yaitu tanpa kemiskinan, pendidikan berkualitas, kesetaraan gender, pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi, kota dan pemukiman yang berkelanjutan, konsumsi produksi yang bertanggung jawab, penanganan perubahan iklim, kehidupan bawah laut, kemitraan untuk mencapai tujuan. Adanya *geopark* diharapkan mampu membangun perekonomian masyarakat lokal berbasis ekonomi kreatif melalui *geohomestay*, *geocullinary*, dan *geosouvernir*.

Tentu dengan *geopark* ini tidak hanya bermanfaat untuk manusia tetapi untuk kondisi alam dan keberlangsungan alam ataupun budaya untuk sampai dimasa yang akan datang, dengan tetap mengedepankan konsep pembangunan berkelanjutan. Pengelolaan kawasa *geopark* harus tetap berwawasan lingkungan alam, sehingga

akan memunculkan daya tarik tersendiri karena didalamnya mencakup upaya konservasi alam, pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat lokal serta menjadi suatu kawasan pembelajaran dan pendidikan (Bakti et al. 2018:218). Selain itu dalam perwujudan *geopark* ini didukung oleh Kementerian Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, Bappenas, LIPI, Akademisi (Perguruan Tinggi) dimana semua elemen tersebut memiliki tugas untuk mendorong pengembangan *geopark* di Indonesia. Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan yang sangat luar biasa, baik itu dari segi kondisi alam, keanekaragaman mahluk hidup serta perbedaan kebudayaan yang menyebabkan Indonesia indah dengan keberagamannya. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang Pedoman Teknis Pengembangan *geopark* sebagai Destinasi Pariwisata Nomor 2 tahun 2020 penjabaran ketiga pilar tersebut adalah:

a. *Geodiversity*

Keragaman Geologi (*Geodiversity*) merupakan gambaran keunikan komponen geologi seperti mineral, batuan, fosil, struktur geologi dan bentang alam yang menjadi kekayaan hakiki suatu daerah serta keberadaan, kekayaan penyebaran dan keadaannya yang dapat mewakili proses evolusi geologi daerah tersebut.

b. *Biodiversity*

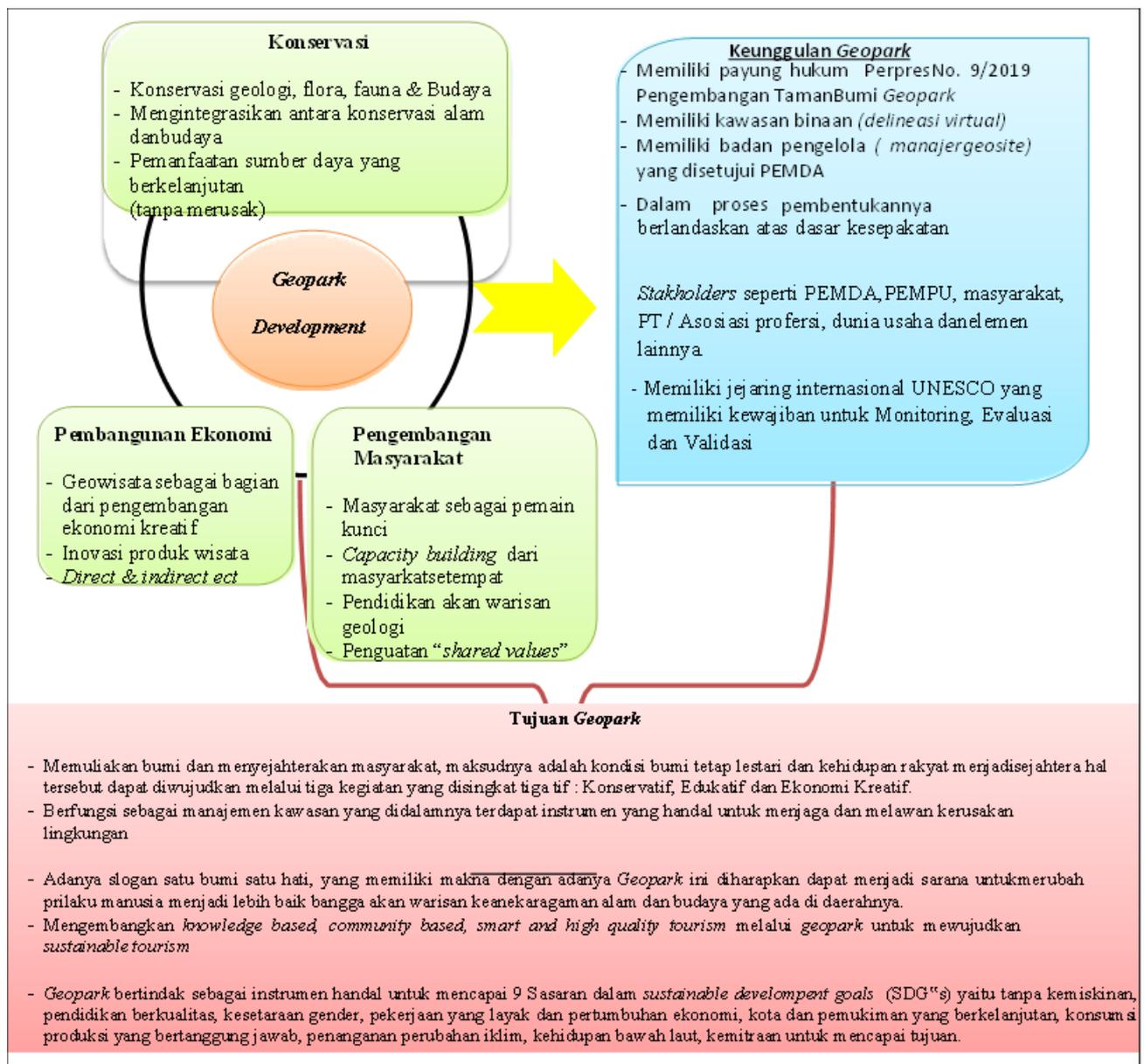
Keragaman hayati (*Biodiversity*) adalah keanekaragaman diantara makhluk hidup dari semua sumber termasuk diantaranya daratan, lautan dan ekosistem akuatik lain serta kompleks-komplek ekologi yang merupakan bagian dari keanekaragamannya.

c. *Cultural Diversity*

Keragaman budaya (*Cultural Diversity*) adalah budaya masa lalu dan budaya masa kini, baik yang bersifat berwujud (*tangible*) maupun yang tidak berwujud (*intangible*).

*Geopark* juga dapat memberdayakan masyarakat setempat melalui kegiatan kemitraan yang sifatnya kohesif. Oleh karenanya,

*Geopark* ditetapkan melalui proses “bottom-up” dengan melibatkan semua pihak yang terkait baik dari lokal maupun regional (Dowling & Newsome, 2017). Proses ini juga tentu membutuhkan komitmen dari masyarakat setempat, kemitraan yang kuat, dukungan politik serta strategi yang komprehensif dalam mendukung pengembangan *Geopark* (Farsaniet al., 2014).



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pembangunan Geopark**

Berdasarkan pada kerangka pembangunan *Geopark* diatas, menunjukkan konsep yang mendasari dalam *geopark* ini adalah upaya konservasi, pembangunanekonomi dan pengembangan masyarakat. Jadi selain upaya untuk mengkonservasikeragaman geologi, flora-fauna dan budaya, juga diharapkan dengan adanya *geopark* ini mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui pembangunan ekonomi. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan mudah karena keberadaan *geopark* ini sudah jelas payung hukum dan badan pengelolanya. Tentudengan adanya *geopark* ini memiliki harapan besar untuk peningkatan taraf kehidupan masyarakat sesuai dengan 9 sasaran andal dalam *sustainable development goals* (SDGs).

Dalam pengimplementasian konsep *geopark* adanya tahapan yang harus ditempuh oleh setiap objek atau tempat yang sudah ditunjuk sebagai kawasan *geopark*. Mengutip dari yang disampaikan oleh (Kusumahbrata 2020:7) dan (Oktariadi 2018:42) bagan alir konsep ideal pengembangan *geopark* di Indonesia ada tiga tahapan yaitu *geopark* lokal, *geopark* nasional dan *geopark* global.

Untuk mendukung pengembangan kawasan *geopark* maka dilakukan koordinasi serta pembagian tugas antara kementerian atau lembaga, dengan mengeluarkan peraturan menteri sesuai amanat peraturan presiden. Berikut ini merupakan peran kementerian dalam pengembangan *geopark* sesuai amanat Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2019.

Keberlanjutan pengembangan geopark bergantung pada dukungan dan komitmen semua pihak yang terkait (Fauzi & Misni, 2016). Ini memerlukan proses kolaborasi yang transparan dan melibatkan semua pemangku kepentingan baik industri pariwisata, pemerintah dan masyarakat. Pendekatan kolaboratif dan kemitraan ini telah sering dibahas termasuk dalam analisis pariwisata dalam beberapa tahun terakhir (Canesinet al., 2020).



*Sumber* : Permen Perencanaan Pembangunan Nasional  
 Nomor 15 Tahun 2020

**Gambar 2.2**  
**Peran Kementerian dalam pengembangan *Geopark***

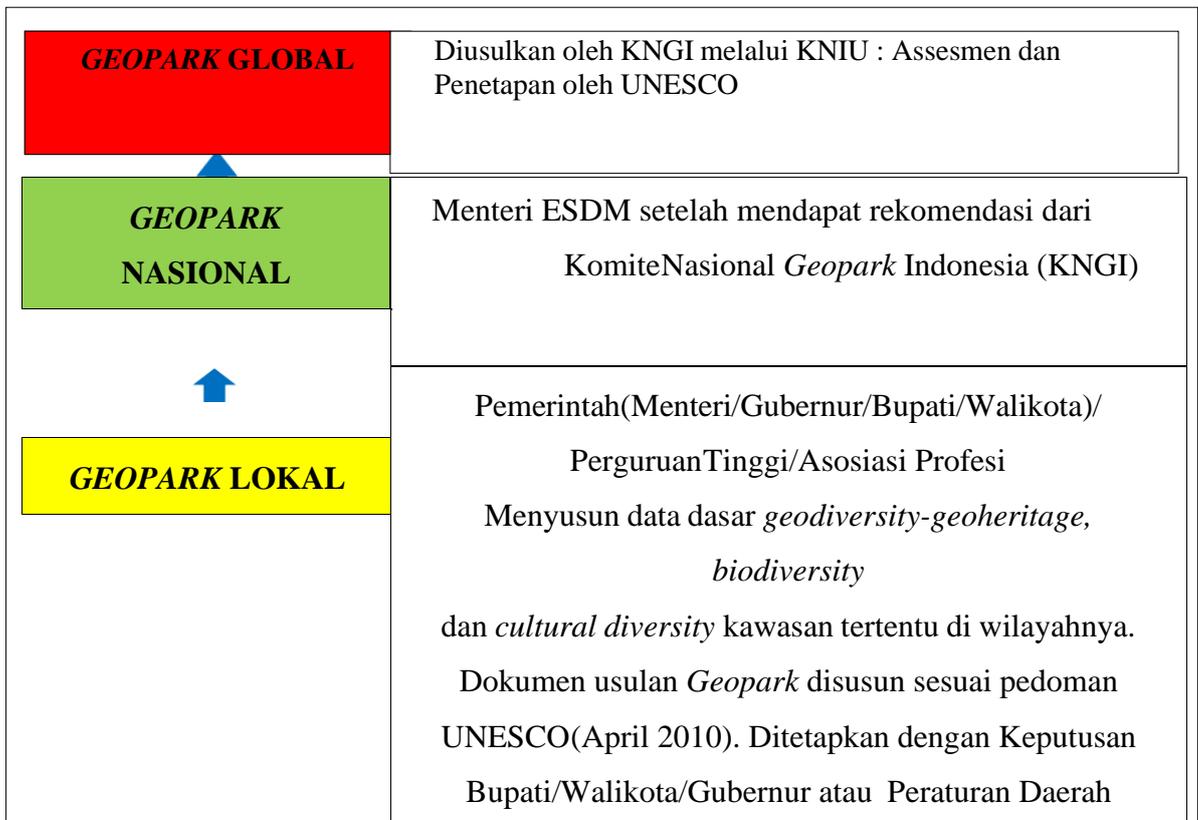
Adapun pembagian tugas dari setiap kementerian sesuai dengan Amanat Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2019 dan Permen Perencanaan Pembangunan Nasional Nomor 15 Tahun 2020, yang terlibat dalam pengembangan *geopark* adalah :

- 1) Kementerian Koordinator Maritim dan Investasi : Keputusan Menteri terkait tata kerja KNGI.
- 2) Kementerian ESDM : Peraturan Menteri terkait Tata cara Penetapan Geoheritage dan Penetapan *Geopark* Nasional
- 3) Kementerian PPN/Bappenas : Peraturan Menteri terkait Rencana Aksi Nasional *Geopark* dan Pedoman Penyusunan Rencana Induk
- 4) Kementerian Pariwisata : Peraturan Menteri terkait Pedoman Teknis Pengelolaan *Geopark* sebagai Destinasi Wisata.

Selain itu dalam perwujudan *geopark* ini didukung oleh Kementerian Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, Bappenas, LIPI, Akademisi (Perguruan Tinggi) dimana semua elemen tersebut memiliki tugas untuk mendorong pengembangan *geopark* di Indonesia. Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan yang sangat luar biasa, baik itu dari segi kondisi alam, keanekaragaman mahluk hidup serta perbedaan kebudayaan yang menyebabkan Indonesia indah dengan

keberagamannya.

Dalam pengimplementasian konsep *geopark* adanya tahapan yang harus ditempuh oleh setiap objek atau tempat yang sudah ditunjuk sebagai kawasan *geopark*. Mengutip dari yang disampaikan oleh (Kusumahbrata 2020:7) dan (Oktariadi 2018:42) bagan alir konsep ideal pengembangan *geopark* di Indonesia ada tiga tahapan yaitu *geopark* lokal, *geopark* nasional dan *geopark* global.



Sumber: oktariadi 2018

**Gambar 2.3**  
**Alur Konsep Ideal Pengembangan *Geopark* di Indonesia**

Berdasarkan Gambar 2.3 mendeskripsikan bahwa dalam pelaksanaannya pemberian penghargaan *geopark* ini selalu bertingkat dari tahapan paling rendah *Geopark* lokal yang dikelola oleh pemerintah kabupaten/kota sampai pemerintah provinsi, *Geopark* nasional pemerintah kabupaten/kota ke pemerintah provinsi dan sampai ke negara serta untuk *Geopark* global dari

pemerintah kabupaten/kota ke pemerintah provinsi kemudian ke negara (diwakili menteri) kemudian diteruskan ke UNSECO. *Geopark* Galunggung termasuk pada tahapan *geopark* lokal yang dikelola oleh pemerintah kabupaten/kota ke pemerintah provinsi.

### **2.1.9 Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism*)**

Pemberdayaan masyarakat dalam Sunaryo (2013) merupakan suatu proses yang tidak saja mengembangkan potensi ekonomi masyarakat yang sedang tidak berkembang, namun berupaya meningkatkan harkat dan martabat, rasa percaya diri, dan harga diri serta terpeliharanya tatanan nilai budaya setempat. Pemberdayaan masyarakat adalah peningkatan atau kemampuan orang atau kelompok lemah terkait akses informasi ke sumber daya, partisipasi atau keterlibatan dalam pembangunan, memegang pertanggung jawaban pihak yang mempengaruhi kehidupan mereka, dan kemampuan membuat keputusan dengan dukungan lembaga lokal (Bhimo, 2012). Swift dan Levin (dalam Mardikanto, 2010), mendefinisikan pemberdayaan merujuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah, untuk:

- a. Memiliki akses terhadap sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan,
- b. Berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka. Pemberdayaan merujuk pada usaha pengalokasian kembali kekuasaan melalui perubahan struktur sosial.

Menurut Prasodjo (2004) mengemukakan beberapa hal mengenai pemberdayaan masyarakat, antara lain:

1. Pemberdayaan pada dasarnya adalah memberi kekuatan kepada pihak yang kurang atau tidak berdaya agar dapat memiliki kekuatan yang menjadi modal dasar aktualisasi diri.
2. Pemberdayaan masyarakat tidak hanya menyangkut aspek ekonomi.

3. Pemberdayaan masyarakat agar dapat dilihat sebagai program maupun proses.
4. Pemberdayaan yang sepenuhnya melibatkan partisipasi masyarakat.
5. Konsep pemberdayaan masyarakat mencakup pengertian pembangunan yang bertumpu pada masyarakat dan pembangunan yang bertumpu pada manusia.

Sumber daya manusia pariwisata menurut Sunaryo (2013) dapat diartikan bahwa “semua orang yang berusaha keras dan bekerja sama menyumbangkan kemampuan yang dimilikinya ke dunia industri pariwisata agar tercapainya kesejahteraan masyarakat”. Masyarakat sebagai *stakeholder* sekitar di berdayakan agar aktifitas wisatawan lebih terkontrol dan tidak merusak sumberdaya. Kegiatan pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan secara kolektif tidak hanya secara individu dan menjadi tolak ukur keberhasilan yang berkesinambungan di berbagai sektor Tjokroinoto dan Pranaka (dalam Sunaryo, 2003). Berdasarkan uraian tersebut dapat dinyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah upaya membangun daya dengan cara mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki. Mengidentifikasi kebutuhan, menggali dan memanfaatkan sumber daya yang ada supaya masyarakat mencapai kesejahteraan.

Pemberdayaan masyarakat berbasis masyarakat (*community based tourism*) yang berada di lokasi destinasi wisata adalah kegiatan usaha pariwisata yang merupakan salah satu model usaha kepariwisataan yang sedang mendapat perhatian dari berbagai kalangan dan akan menjadi agenda penting dalam membangun kepariwisataan kedepan. Masyarakat saat ini seharusnya mampu mendapatkan keuntungan lebih banyak dari pariwisata di wilayahnya. Pariwisata berbasis komunitas (*community based tourism*) adalah sebuah konsep yang menekankan masyarakat untuk mampu mengelola dan mengembangkan objek wisata oleh mereka sendiri.

Definisi CBT yaitu :

1. Bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata.
2. Masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata juga mendapat keuntungan.
3. Menuntut pemberdayaan secara politis dan demokratisasi dan distribusi keuntungan kepada komunitas yang kurang beruntung di pedesaan (Garrod 2001:4).

Selain yang dikemukakan oleh Garrod, dalam pandangan Hausler CBT merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal (baik yang terlibat langsung dalam industri pariwisata maupun tidak) dalam bentuk memberikan kesempatan dalam manajemen dan pembangunan pariwisata yang berujung pada pemberdayaan politis melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat lokal.

Suansri (2003:14) mendefinisikan CBT sebagai wujud perhatian yang kritis pada pembangunan pariwisata yang seringkali mengabaikan hak masyarakat lokal di daerah tujuan wisata. Suansri (2003:14) mendefinisikan CBT sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. CBT merupakan alat pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan, atau dengan kata lain CBT merupakan alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

Ciri-ciri khusus dari *Community Based Tourism* adalah berkaitan dengan manfaat yang diperoleh dan adanya upaya perencanaan pendampingan yang membela masyarakat lokal serta lain kelompok memiliki ketertarikan/minat, yang memberi kontrol lebih besar dalam proses sosial untuk mewujudkan kesejahteraan. Strategi yang terfokus pada identifikasi tujuan masyarakat tuan rumah dan keinginan serta kemampuan mereka menyerap manfaat pariwisata.

Partisipasi aktif masyarakat daerah tersebut dalam pengembangan pariwisata daerah mulai dari perencanaan hingga evaluasi yang sangat

diharapkan dalam pariwisata berbasis masyarakat. Berikut prinsip pengembangan kepariwisataan berbasis masyarakat local :

1. Masyarakat diberi kesempatan dalam mengambil keputusan.
2. Masyarakat merasakan manfaat pariwisata
3. Sosialisasi dan pendidikan pariwisata bagi masyarakat lokal (Sunaryo, 2013:140).

Sunsari (2003) menyebutkan beberapa prinsip *community based tourism* yang harus dilakukan, yaitu:

1. Membantu mempromosikan pariwisata dan usaha milik masyarakat.
2. Memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mengembangkan pariwisata.
3. Mendukung dan mempromosikan kegiatan kelompok.
4. Terjaminnya peningkatan taraf hidup
5. Terjaganya kelestarian lingkungan hidup dan sumber daya.
6. Menjaga kekhasan budaya.
7. Memberikan pengetahuan tentang lintas budaya.
8. Mengajarkan cara menghormati perbedaan budaya.
9. Membagikan keuntungan secara proporsional kepada anggota masyarakat
10. Memberikan kontribusi dengan persentase tertentu dari pendapat yang diperoleh untuk pengembangan masyarakat.
11. Menonjolkan keaslian hubungan masyarakat dengan lingkungannya.

Menurut Baskoro (2005) *community based tourism* adalah konsep yang menekankan kepada pemberdayaan komunitas untuk lebih memahami nilai-nilai dan aset yang mereka miliki seperti kebudayaan, adat istiadat, gaya hidup. Dalam pelaksanaan *community based tourism* masyarakat dilibatkan mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, organisasi, penerapan kontrol dan juga evaluasi, diantaranya:

1. Wujud Pelaksanaan CBT dalam Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan langkah-langkah penentuan tujuan yang akan dicapai, menentukan jalan dan sumber daya yang diperlukan agar tujuan dapat tercapai (Nanang, 200 :49). Perencanaan merupakan fungsi yang

mendasar dan utama dari semua fungsi-fungsi manajemen, karena selain sebagai fungsi yang pertama dan utama, ia menentukan bagaimana fungsi-fungsi manajemen lainnya akan dilaksanakan atau merupakan dasar, landasan atau titik tolak dalam melaksanakan tindakan-tindakan manajerial.

2. Wujud Pelaksanaan CBT dalam Organisasi (*Organizing*).

Pengorganisasian merupakan seluruh proses mengelompokkan anggota, tugas-tugas, alat, wewenang dan tanggung jawab agar terciptanya organisasi yang dapat bergerak sebagai kesatuan yang utuh (Sondang, 2007 : 60). Fungsi organisasi adalah untuk menetapkan fungsi pimpinan, mengatur kegiatan untuk mencapai tujuan, membagi pekerjaan, menempatkan orang-orang sesuai fungsi dan tujuannya, serta menetapkan batas-batas wewenang. Artinya fungsi pengorganisasian yang menghasilkan organisasi bukanlah dan tidak boleh dijadikan sebagai tujuan.

3. Wujud Pelaksanaan CBT dalam (*Actuating*)

Pelaksanaan atau penggerakan (*actuating*) dapat dilakukan bila memiliki personil sebagai pelaksana kegiatan. Diantara kegiatannya adalah melakukan pengarahan, bimbingan dan komunikasi. Pengarahan dan bimbingan adalah kegiatan menciptakan, memelihara, menjaga, mempertahankan dan memajukan organisasi melalui setiap personil, baik secara struktural maupun fungsional, agar langkah operasionalnya tidak keluar dari usaha mencapai tujuan organisasi (Nawawi, 2005: 95).

4. Wujud Pelaksanaan CBT dalam Kontrol (*Controlling*)

Fungsi manajerial dasar seperti pengawasan dimaksud untuk mengontrol sehingga dapat mengetahui efektivitas sumber-sumber informasi dalam organisasi, kelompok dan setiap individu anggota organisasi. Fungsi pengawasan untuk mengamati pekerjaan yang sudah dilakukan, dinilai dan dikoreksi agar sesuai dengan rencana kegiatan. Pengawasan yang baik adalah pengawasan yang dapat segera mengadakan perbaikan dari penyimpangan, sesaat atau beberapa saat sesudah

penyimpangan terjadi. Tujuan utama dari pengawasan untuk mencari dan memberitahu kelemahan-kelemahan yang dihadapi, dimaksud untuk menghindari pengertian negatif. Kegiatan pengawasan untuk mencegah penyimpangan pelaksanaan kegiatan, dan bila ada penyimpangan segera dilakukan perbaikan. Dengan demikian, kegiatan pengontrolan mengusahakan agar pelaksanaan rencana sesuai dengan yang ditentukan dalam rencana. Oleh karena itu, pengontrolan dimaksudkan agar tujuan yang dicapai sesuai dengan atau tidak menyimpang dari rencana yang telah ditentukan.

#### 5. Wujud Pelaksanaan CBT dalam Evaluasi Program

Dalam Pelaksanaan *Community Based Tourism* diperlukan evaluasi supaya program yang dijalankan bisa tercapai dengan baik dan diadakan perbaikan untuk menjalankan program dengan sebaiknya. Dalam pengevaluasian setiap program kegiatan yang berjalan pada masyarakat dapat dibantu oleh pemerintah dan masyarakat sendiri. Masyarakat turut mengawasi jalannya kegiatan pengembangan pariwisata, mengawasi kegiatan-kegiatan negatif yang bisa merusak citra pariwisata, selain itu masyarakat juga mengevaluasi penyelenggaraan kegiatan pariwisata.

## 2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Relevan**

Penelitian Relevan				Penelitian yang dilakukan
<b>Nama Peneliti</b>	Nandang Hendriawan <sup>1</sup> , Erni Mulyanie <sup>2</sup>	Fahyumi Rahman <sup>1</sup> , Putu Ananda Citra <sup>2</sup>	Septa Hendra	Ilma Dewi Rahmanisa
<b>Judul</b>	Analisis Potensi Pariwisata Air Terjun di Kabupaten Tasikmalaya	Karakteristik Air Terjun Sebagai Potensi Wisata Alam Di Kecamatan Sukasada	Penerapan <i>Community Based Tourism</i> di Air Terjun Pati Soni Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau	Pemodelan Potensi Wisata Air Terjun Di Lereng Gunung Galunggung Sebagai Potensi <i>Geosite</i> dalam Mendukung <i>Geopark</i> Galunggung Kabupaten Tasikmalaya.
<b>Lokasi</b>	Kabupaten Tasikmalaya	Kabupaten Buleleng	Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau	Galunggung Kabupaten Tasikmalaya
<b>Kajian Penelitian</b>	Pada penelitian ini mengkaji potensi yang dimiliki oleh objek wisata air terjun yang nantinya dapat mengembangkan pariwisata Kabupaten Tasikmalaya dan dapat memberikan peningkatan pendapatan dan penyerapan tenaga lokal, baik langsung maupun tidak langsung.	Pada penelitian ini mendeskripsikan karakteristik air terjun dan Kecamatan Sukasada memiliki tujuh karakteristik air terjun yaitu diantaranya tipe cascade, tipe cataract, tipe chute, tipe slide, tipe hanging ledge falls atau birai menggantung, tipe parallelatau twin, tipe waterfall. Air terjun dengan tipe cascade adalah paling banyak terdapat di Kecamatan Sukasada, berada pada kondisi topografi aliran sungai yang berundak-undak dan dinding tebing air terjun memiliki bongkahan batuan yang tidak rata dan memiliki banyak jatuhan air terjun.	Pada penelitian ini menunjukkan bahwa Air Terjun Pati Soni memiliki potensi wisata air yang masih terjaga kelestariannya. Tapi manajemennya kurang bagus. Informasi pengelolaan wisata berbasis masyarakat sangat diperlukan. Masyarakat harus berperan aktif dalam menyediakan fasilitas seperti penginapan, tempat parkir, makanan dan minuman, souvenir dan pemandu wisata. Sehingga setiap wisatawan yang datang dapat terpenuhi kebutuhannya.	Pada penelitian ini mendeskripsikan dengan melihat karakteristik air terjun dan beberapa aspek daya tarik yaitu atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan. Kemudian upaya untuk pemanfaatan potensi Air Terjun yaitu dengan melengkapi sarana dan prasarana, pengelolaan pariwisata, promosi, dan Pemodelan Pariwisata Berbasis Masyarakat ( <i>Community Based Tourism</i> ) dengan implementasi POAC air terjun untuk menambah eksistensi <i>Geopark</i> Galunggung
<b>Tahun</b>	2016	2018	2019	2023

Berdasarkan pada tabel 2.1 penelitian ini mengambil relevansi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang masih memiliki kesamaan baik secara lokasi atau pun secara inti pembahasan. Secara garis besar dalam penelitian relevan ini memiliki inti kajian seputar *Geopark*, potensi wisata dan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

Dengan adanya penelitian relevan ini tentunya memberikan penguatan prinsip dan memberikan referensi dalam penyelesaian penelitian ini.

## 2.3 Kerangka Teoretis

### 2.3.1 Potensi Wisata Air Terjun di Lereng Gunung Galunggung Sebagai Potensi *Geosite* untuk Mendukung Geopark Galunggung Di Kabupaten Tasikmalaya

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis Karakteristik dari air terjun, dan melihat potensi daya tarik wisata air terjun berdasarkan atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan.



**Gambar 2.4**  
**Kerangka Pemikiran Potensi Wisata Air Terjun**

Pada gambar 2.4 menjelaskan bahwa karakteristik air terjun dapat dilihat dari ketinggian, kedalaman dan tipe. Kemudian daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu *attraction* (Atraksi), *accessibilities* (Aksesibilitas), *amenities* (Amenitas atau fasilitas), dan

*ancillary* (pendukung pariwisata) berikut penjelasannya:

1. *Attraction* (Atraksi)

Atraksi atau daya tarik wisata berkaitan dengan apa yang bisa dilihat (*what to see*) dan dilakukan (*what todo*) oleh wisatawan di sebuah destinasi wisata.

2. *Amenity* (Fasilitas)

Fasilitas meliputi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan, dan tempat perbelanjaan.

3. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Faktor-faktor yang penting terkait dengan aspek aksesibilitas wisata meliputi petunjuk arah, bandara, terminal, waktu yang dibutuhkan, biaya perjalanan, dan transportasi menuju lokasi wisata.

4. *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan tambahan mencakup keberadaan dari berbagai organisasi yang memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran dari suatu destinasi wisata. Organisasi yang terkait dalam hal ini antara lain pihak pemerintah seperti dinas pariwisata, komunitas pendukung kegiatan pariwisata.

### 2.3.2 Pemanfaatan Potensi Wisata Air Terjun di Lereng Gunung Galunggung untuk mendukung Geopark Galunggung di Kabupaten Tasikmalaya

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis Pemanfaatan Potensi Wisata Air Terjun di Lereng Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya.



**Gambar 2.5**  
**Kerangka Pemikiran Pemanfaatan Objek Wisata Air Terjun**

Pada gambar 2.5 menjelaskan bahwa pemanfaatan potensi wisata air terjun yaitu adalah:

1. Melengkapi Sarana Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan salah satu penunjang dalam kegiatan kepariwisataan. Adanya sarana prasarana dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung. Sarana dan prasarana di suatu wilayah merupakan salah satu penunjang untuk kebutuhan masyarakat. Pengembangan potensi pariwisata mengandung makna, upaya untuk meningkatkan sumber daya yang dimiliki oleh suatu obyek wisata dengan cara melakukan pembangunan unsur-unsur fisik maupun non fisik. Dalam bidang pariwisata, sarana dan prasarana menjadi salah satu penunjang dalam kegiatan pariwisata. Sarana prasarana yang perlu adanya upaya pengembangan terutama pada sarana prasarana kebersihan, sarana kesehatan, sarana keamanan, sarana ibadah, selain itu aksesibilitas jalan menuju lokasi wisata.

2. Pengelolaan

Pengelolaan dalam pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang membuat tercapainya tujuan pariwisata. Pengelolaan dalam pariwisata harus dirancang sedemikian rupa. Dalam pengelolaan pariwisata harus melibatkan berbagai kalangan agar pelaksanaan pariwisata berjalan dengan baik.

3. Promosi

Ada beberapa upaya yang sudah dilakukan untuk pemanfaatan Air Terjun sebagai objek wisata di Gunung Galunggung seperti memanfaatkan media sosial sebagai media informasi bagi masyarakat luas untuk mempromosikan potensi yang dimiliki oleh air terjun baik lokasi yang baru atau lokasi yang sudah mereka kunjungi. Banyaknya lokasi air terjun yang belum diketahui disebabkan oleh kurangnya informasi tambahan di media elektronik, seperti media cetak (Koran, Majalah, Tabloid) serta media sosial (*Facebook, Instagram, Tiktok*, dll). Peran serta media sosial tersebut tentunya

dapat mempercepat promosi air terjun.

### 2.3.3 Model Pengembangan Pariwisata di Lereng Gunung Galunggung untuk mendukung *Geopark* Galunggung di Kabupaten Tasikmalaya



**Gambar 2.6**  
**Kerangka Pemikiran Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat**

Pada gambar 2.6 menjelaskan bahwa dalam pelaksanaan Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism*) masyarakat dilibatkan mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, organisasi, penerapan kontrol dan juga evaluasi, diantaranya:

1. Wujud Pelaksanaan CBT dalam Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan langkah-langkah penentuan tujuan yang akan dicapai, menentukan jalan dan sumber daya yang diperlukan agar tujuan dapat tercapai.

2. Wujud Pelaksanaan CBT dalam Organisasi (*Organizing*).

Pengorganisasian merupakan seluruh proses mengelompokkan anggota, tugas-tugas, alat, wewenang dan tanggung jawab agar terciptanya organisasi yang dapat bergerak sebagai kesatuan yang utuh.

3. Wujud Pelaksanaan CBT dalam (*Actuating*)

Pelaksanaan atau penggerakan (*actuating*) dapat dilakukan bila memiliki personil sebagai pelaksana kegiatan. Diantara kegiatannya adalah melakukan pengarahan, bimbingan dan komunikasi.

4. Wujud Pelaksanaan CBT dalam Kontrol (*Controlling*)

Fungsi dasar seperti pengawasan dimaksud untuk mengontrol sehingga dapat mengetahui atau mengamati pekerjaan yang sudah dilakukan, dinilai dan dikoreksi agar sesuai dengan rencana kegiatan

5. Wujud Pelaksanaan CBT dalam Evaluasi Program

Dalam pengevaluasian setiap program kegiatan yang berjalan pada masyarakat dapat dibantu oleh pemerintah dan masyarakat sendiri. Masyarakat turut mengawasi jalannya kegiatan pengembangan pariwisata, mengawasi kegiatan-kegiatan negatif yang bisa merusak citra pariwisata, selain itu masyarakat juga mengevaluasi penyelenggaraan kegiatan pariwisata.

## **2.4 Pertanyaan Penelitian**

### **2.4.1 Bagaimana potensi wisata air terjun di lereng Gunung Galunggung sebagai potensi *geosite* dalam mendukung *geopark* Galunggung Kabupaten Tasikmalaya.**

1. Bagaimana atraksi atau daya tarik wisata air terjun di lereng Gunung Galunggung sebagai potensi *geosite* dalam mendukung *geopark* Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?
2. Bagaimana fasilitas yang terdapat di wisata air terjun di lereng Gunung Galunggung sebagai potensi *geosite* dalam mendukung *geopark* Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?
3. Bagaimana aksesibilitas yang terdapat di wisata air terjun di lereng Gunung Galunggung sebagai potensi *geosite* dalam mendukung *geopark* Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?
4. Bagaimana pelayanan tambahan yang terdapat di wisata air terjun di lereng Gunung Galunggung sebagai potensi *geosite* dalam mendukung *geopark* Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?

### **2.4.2 Bagaimanakah pemanfaatan potensi wisata air terjun di lereng Gunung Galunggung sebagai potensi *geosite* dalam mendukung *geopark* Galunggung Kabupaten Tasikmalaya.**

1. Bagaimanakah pemanfaatan sarana dan parasana yang dilakukan oleh pengelola objek wisata air terjun di lereng Gunung Galunggung sebagai potensi *geosite* dalam mendukung *geopark* Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?
2. Bagaimanakah pengelolaan pariwisata air terjun di lereng Gunung Galunggung sebagai potensi *geosite* dalam mendukung *geopark* Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?
3. Bagaimanakah promosi pariwisata air terjun di lereng Gunung Galunggung sebagai potensi *geosite* dalam mendukung *geopark* Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?
4. Apakah pengelola menyediakan cinderamata di air terjun di lereng Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?

### **2.4.3 Bagaimanakah Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Wisata Air Terjun Di Lereng Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya.**

1. Bagaimanakah perencanaan model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di wisata air terjun lereng Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?
2. Bagaimanakah perencanaan model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di wisata air terjun lereng Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?
3. Bagaimanakah pelaksanaan model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di wisata air terjun lereng Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?
4. Bagaimanakah penerapan kontrol dalam model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di wisata air terjun lereng Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?
5. Bagaimanakah evaluasi dalam model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di wisata air terjun lereng Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?