

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Analisis Spasial**

Spasial berasal dari kata *space* yang artinya ruang. Spasial lebih fokus kepada ekosistem sehingga dapat memperhatikan tempat, ketinggian dan waktu. Analisis spasial adalah pendekatan didalam geografi dan disiplin ilmu yang dapat digunakan dalam berbagai bidang keilmuan seperti ekonomi, budaya, kesehatan dan pariwisata. Dalam bidang pariwisata analisis spasial merupakan bagian dari manajemen pemasaran untuk menganalisis dan menguraikan tentang data persebaran wisata secara geografis.

Menurut Mahendrasari dan Permata (2016) analisis spasial merupakan kemampuan umum untuk menyusun atau mengolah data spasial ke dalam berbagai bentuk yang berbeda sedemikian rupa sehingga mampu menambah atau memberikan arti baru atau arti tambahan. Menurut Undang – Undang No. 4 Tahun 2011 spasial merupakan aspek keruangan suatu kejadian yang mencakup lokasi, letak dan posisinya. Informasi dari data keruangan yang menunjukkan lokasi, letak dan posisi suatu kejadian di bumi disebut sebagai informasi geospasial.

#### **B. Konektivitas**

Secara sederhana kata “konektivitas” dapat diartikan sebagai hubungan, jaringan, sambungan, hubungan yang dapat memudahkan (melancarkan) segala urusan (kegiatan) keadaan saling terhubung atau kemampuan untuk terhubung atau berkomunikasi. Konektivitas dapat diartikan sebagai hubungan, jaringan,

sambungan, hubungan yang dapat memudahkan (melancarkan) segala urusan (kegiatan), keadaan saling terhubung atau kemampuan untuk terhubung atau berkomunikasi. Konektivitas wilayah dapat digambarkan melalui sejauh mana tingkat atau keefektifan jaringan wilayah tersebut dalam memfasilitasi arus perpindahan barang atau orang (Fajriningtias, 2016).

Salah satu variabel yang dapat dinyatakan apakah tingkat aksesibilitas itu tinggi atau rendah dapat dilihat dari banyaknya sistem jaringan yang tersedia pada daerah tersebut. Semakin banyak sistem jaringan yang tersedia pada daerah tersebut semakin mudah aksesibilitas yang didapat begitu pula sebaliknya semakin rendah tingkat aksesibilitas yang didapat maka semakin sulit daerah itu dijangkau dari daerah lainnya (Bintaro, 2007).

Aksesibilitas juga bisa diukur berdasarkan beberapa variabel yaitu ketersediaan jaringan jalan, panjang, lebar jalan, dan kualitas jalan. Selain itu yang menentukan tinggi rendahnya tingkat akses adalah pola pengaturan tata guna lahan. Keberagaman pola pengaturan fasilitas umum terjadi akibat berpencarnya lokasi fasilitas umum secara geografis dan beda jenis dan intensitas kegiatannya. Kondisi ini membuat penyebaran lahan dalam suatu wilayah menjadi tidak merata (heterogen) dan faktor jarak bukan satu-satunya elemen yang menentukan tinggi rendahnya aksesibilitas (Naning, 2019).

### **C. Hakikat Pariwisata**

Definisi pariwisata dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang dan tidak memiliki batasan-batasan tertentu. Para ahli pariwisata mengemukakan definisi pariwisata yang berbeda-beda, namun dari definisi tersebut memiliki makna dan

tujuan yang sama. Menurut *World Tourism Organization (WTO)* (1999), pariwisata adalah kegiatan seseorang yang bepergian ke atau tinggal di suatu tempat di luar lingkungannya yang biasa dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk kesenangan, bisnis ataupun tujuan lain.

Adapun definisi pariwisata yang lain yang diungkapkan oleh ahli pariwisata. Menurut Hunziker dan Kraf (dalam Muljadi, 2009) mendefinisikan pariwisata adalah keseluruhan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dan perjalanannya itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah sehingga dalam melakukan perjalanannya tersebut hanya mencari hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Sedangkan definisi pariwisata menurut (Perda No 3 Tahun 2021) adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Berdasarkan dari uraian definisi pariwisata dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan individu atau kelompok, dengan meninggalkan tempat tinggalnya bersifat sementara tidak untuk menetap. Kegiatan perjalanannya ini bertujuan untuk mencari hal-hal sesuai kebutuhan atau keinginan.

#### **D. Potensi Obyek Wisata**

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia bahwa potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan daya. Potensi wisata menurut Mariotti dalam Yoeti (1996:172)

adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata, dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Pengembangan kawasan wisata merupakan alternatif yang diharapkan mampu mendorong baik potensi ekonomi maupun upaya pelestarian. Pengembangan kawasan wisata dilakukan dengan menata kembali berbagai potensi dan kekayaan alam dan hayati secara terpadu.

Potensi menjadi hal yang harus diperhatikan dan dilihat lebih jauh lagi, hal itu dimaksudkan agar semua kelebihan dan potensi yang bisa dikembangkan dapat dimaksimalkan secara sempurna. Tentu semuanya itu tidak lepas dari peran semua pihak yang berkaitan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Potensi suatu daerah dan kepariwisataan merupakan dua hal yang memiliki kaitan erat, keduanya dapat bergerak maju untuk melakukan pengembangan dan pertumbuhan perekonomian daerah. Berdasarkan berbagai definisi dapat disimpulkan bahwa potensi pariwisata merupakan suatu obyek yang mempunyai kekuatan untuk dikembangkan dan dapat memberikan timbal balik yang positif terhadap wisata (Amdani, 2008).

#### **E. Bentuk –Bentuk Pariwisata**

Menurut Muljadi (2009), pariwisata diklasifikasikan menjadi 6 bentuk yaitu:

##### **1. Menurut jumlah orang yang bepergian**

- a. Pariwisata individu/ perorangan (*individual tourism*), yaitu bila seseorang atau sekelompok orang dalam mengadakan perjalanan wisatanya melakukan sendiri dan memilih daerah tujuan wisata beserta programnya serta pelaksanaannya dilakukan sendiri

- b. Pariwisata kolektif (*collective tourism*), yaitu suatu usaha perjalanan wisata yang menjual pakatnya kepada siapa saja yang berminat, dengan keharusan membayar sejumlah uang yang telah ditentukannya.

## 2. Menurut Motivasi Perjalanan

- a. Pariwisata rekreasi (*recreational tourism*) adalah bentuk pariwisata untuk beristirahat guna memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani dan menghilangkan kelelahan
- b. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*) adalah bentuk pariwisata yang dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar untuk memenuhi kehendak ingin tahunya, untuk menikmati hiburan dan lain-lain.
- c. Pariwisata budaya (*cultural tourism*) adalah bentuk pariwisata yang ditandai dengan rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar adat istiadat dan cara hidup engara lain, studi-studi/riset pada penemuan-penemuan, mengunjungi tempat-tempat peninggalan kuno/bersejarah dan lain-lain
- d. Pariwisata olahraga (*sport tourism*), bentuk pariwisata ini dapat dibedakan menjadi 2 kategori:
- Pertama : *Big Sport Events*, yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar yang menarik perhatian, baik olahragawannya sendiri maupun penggemarnya (*supporter*)
- Kedua : *Sprting Tourism of the Practitioners*, yaitu bentuk olahraga bagi mereka yang ingin berlatih atau emmpraktikan sendiri, seperti: mendaki gunung, olahraga naik kuda, berburu, memancing.

- e. Pariwisata untuk urusan usaha (*business tourism*) adalah bentuk pariwisata yang dilakukan oleh kaum pengusaha untuk industrialisasi, tetapi dalam perjalanannya hanya untuk melihat eksibisi atau pameran dan sering mengambil dan memanfaatkan waktu untuk menikmati atraksi di negara yang dikunjungi
- f. Pariwisata untuk tujuan konvensi (*convention tourism*) adalah bentuk pariwisata yang dilakukan oleh orang-orang yang akan menghadiri pertemuan-pertemuan ilmiah seprofesi dan politik. Tempat konferensi dituntut tersedia fasilitas yang lengkap, modern dan canggih baik tempat penyelenggara, beserta peralatannya, penginapan dan lain-lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan *tour* (kunjungan wisata).

### **3. Menurut Waktu Berkunjung**

- a. *Seasonal tourism* adalah jenis wisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu. Termasuk dalam kelompok ini musim panas (*summer tourism*) dan musim dingin (*winter tourism*)
- b. *Occasional tourism* adalah kegiatan pariwisata yang diselenggarakan dengan mengkaitkan kejadian atau *event* tertentu,

### **4. Menurut Obyeknya**

- a. *Cultural tourism* adalah jenis pariwisata yang disebabkan adanya daya tarik seni dan budaya di suatu daerah/tempat, seperti peninggalan nenek moyang, benda-benda dan sebagainya.
- b. *Recupational tourism* yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata bertujuan untuk menyembuhkan suatu penyakit

- c. *Commercial tourism* adalah perjalanan yang dikaitkan dengan perdagangan seperti penyelenggaraan *expo, fair, exhibition*.
- d. *Political tourism* adalah suatu perjalanan yang dilakukan dengan tujuan melihat dan menyaksikan peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara.

#### **5. Menurut Alat Angkutan**

- a. *Land tourism* adalah jenis pariwisata yang didalam melaksanakan kegiatannya menggunakan kendaraan darat seperti bus, kereta api, mobil pribadi atau taksi dan kendaraan darat lainnya.
- b. *Sea or river tourism* adalah kegiatan pariwisata yang menggunakan sarana transportasi air seperti kapal laut, ferry dan sebagainya.
- c. *Air tourism* adalah kegiatan pariwisata yang menggunakan sarana transportasi udara seperti pesawat terbang, helicopter dan sebagainya.

#### **6. Menurut Umur**

- a. *Youth tourism* atau wisata remaja adalah jenis pariwisata yang dikembangkan bagi remaja dan pada umumnya dengan harga relative murah dan menggunakan sarana akomodasi *youth hostel*.
- b. *Adult tourism* adalah kegiatan pariwisata yang diikuti oleh orang-orang berusia lanjut. Pada umumnya orang-orang yang melakukan perjalanan ini adalah mereka yang menjalani masa pensiun.

#### **F. Jenis-Jenis Pariwisata**

Menurut Ismayanti (2010) jenis-jenis pariwisata dibedakan menjadi 8 jenis yaitu:

## **1. Wisata olahraga**

Wisata ini memadukan kegiatan olahraga dengan kegiatan wisata. Kegiatan dalam wisata ini dapat berupa kegiatan olahraga aktif yang mengharuskan wisatawan melakukan gerak olah tubuh langsung. Kegiatan lainnya dapat berupa kegiatan olahraga pasif. Dimana wisatawan tidak melakukan gerak olah tubuh, melainkan hanya menjadi penikmat dan pecinta olahraga saja.

## **2. Wisata Kuliner**

Motivasi dalam jenis wisata ini tidak semata-mata hanya untuk mengenyangkan dan memanjakan perut dengan aneka ragam masakan khas dari daerah tujuan wisata, melainkan pengalaman yang menarik juga menjadi motivasinya. Pengalamannya makan dan memasak dari aneka ragam makanannya khas tiap daerah membuat pengalaman yang didapat menjadi lebih istimewa.

## **3. Wisata Religius**

Wisata ini dilakukan untuk kegiatan yang bersifat religi, keagamaan dan ketuhanan

## **4. Wisata Agro**

Wisata ini memanfaatkan usaha agro sebagai obyek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, dan rekreasi. Dimana usaha agro yang biasa dimanfaatkan bisa berupa usaha di bidang pertanian, peternakan, perkebunan maupun perikanan.

## **5. Wisata Gua**

Wisata gua merupakan kegiatan melakukan eksplorasi ke dalam gua dan menikmati pemandangan yang ada di dalam gua.

## 6. Wisata Belanja

Wisata ini menjadikan belanja sebagai daya tarik utamanya

## 7. Wisata Ekologi

Jenis wisata ini merupakan bentuk wisata yang menarik wisatawan untuk peduli kepada ekologi alami dan sosial.

## 8. Wisata Budaya

Wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional gedung bersejarah kota, desa bangunan keagamaan yang merupakan peninggalan sejarah kepurbakalaan,

## G. Komponen Pariwisata

Menurut Cooper dkk (1995:81) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah obyek wisata, yaitu : *attraction*, *accessibility*, *amenity* dan *ancilliary*.

### 1. *Attraction* (Atraksi)

Merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata. Apa yang dikembangkan menjadi atraksi itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan. Untuk menemukan potensi kepariwisataan di suatu daerah orang harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu 1) *Natural Resources* (alami), 2) Atraksi wisata budaya, dan 3) Atraksi buatan manusia itu sendiri. Modal kepariwisataan itu dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata ditempat dimana modal tersebut ditemukan. Ada modal

kepariwisataan yang dikembangkan sehingga dapat menahan wisatawan berhari-hari dan dapat berkali-kali dinikmati, atau bahkan pada kesempatan lain wisatawan bisa berkunjung ketempat yang sama. Keberadaan atraksi menjadi alasan serta motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata (DTW).

## 2. *Amenity* (Fasilitas)

*Amenity* atau amenitas adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperbaiki oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan, rumah makan, transportasi dan agen perjalanan. Dengan menggunakan prasarana yang cocok dibangunlah sarana-sarana pariwisata seperti hotel, atraksi wisata, gedung pertunjukan. Adapun prasarana yang banyak wisatawan perlukan untuk pembangunan sarana – sarana pariwisata adalah jalan raya, persediaan air, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, pelabuhan, telepon. Suatu tempat atau daerah dapat berkembang sebagai daerah tujuan wisata apabila aksesibilitasnya baik. Ada hubungan timbal balik antara sarana dan prasarana. Prasarana merupakan sarat untuk sarana dan sebaliknya sarana dapat menyebabkan perbaikan sarana.

## 3. *Accessibility* (Aksesibilitas)

*Accessability* merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata. Segala macam transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. Disisi lain akses ini diidentikan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan

raya, maka tidak akan wisatawan yang mempengaruhi perkembangan aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut dapat dikunjungi.

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

Pelayanan tambahan harus disediakan oleh pemuda dari suatu daerah tujuan wisata untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalanraya, rel kereta, air minum, listrik, telepon) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan dengan segala peraturan perundang-undangan baik di jalan raya maupun di obyek wisata. *Ancillary* juga merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan, *Tourist Informasi*, *Travel Agent* dan *stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan.

### **H. Pengembangan Obyek Wisata**

#### **1. Obyek Wisata**

Adapun pengertian Obyek wisata yaitu semua hal yang menarik untuk dilihat dirasakan oleh wisatawan yang disediakan atau bersumber pada alam saja. Berdasarkan peraturan Pemerintah No.24/1979 obyek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi. Sedangkan berdasarkan Surat Keputusan Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No.KM 98/PW:102/MPPT-87 obyek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumberdaya wisata yang dibandun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

Obyek atau daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi :

- 1) Obyek wisata alam seperti laut, pantai, gunung, danau, flora fauna, kawasan lindung, cagar alam, dan pemandangan alam.
- 2) Obyek wisata budaya seperti upacara kelahiran, tari-tari tradisional, pakaian adat, bangunan bersejarah, festival budaya dan lain-lain.
- 3) Obyek wisata buatan seperti sarana dan fasilitas olahraga, permainan, hiburan, taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

Dalam pengelolaan obyek wisata perlu ditingkatkan langkah-langkah yang terarah dan terpadu terutama mengenai pendidikan tenaga-tenaga kerja dan perencanaan pengembangan fisik. Kedua hal tersebut hendaknya saling terkait sehingga pengelolaan tersebut menjadi realistis dan proporsional.

## **2. Pengembangan Wisata**

Pada hakekatnya pengembangan adalah suatu proses untuk memperbaiki dan meningkatkan sesuatu yang ada. Pengembangan obyek wisata merupakan kegiatan membangun, memelihara, dan melestarikan pertanaman, sarana dan prasarana maupun fasilitas lainnya (Heryati, 2019).

Menurut Fandeli 1999 (dalam Heryati, 2019) berpendapat bahwa pengembangan pariwisata pada dasarnya adalah pengembangan masyarakat dan wilayah yang didasarkan pada:

- 1) Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas dan tradisi lokal.
- 2) Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata kepada penduduk lokal.

- 3) Berorientasi kepada pengembangan wisata berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi pada teknologi kooperatif.
- 4) Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang tradisi budaya dengan dampak negative yang seminimal mungkin.

Dalam Undang-Undang RI No 10 tahun 2009 pasal 6 dan 7 tentang pembangunan kepariwisataan, disebutkan bahwa pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Pembangunan kepariwisataan meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan kepariwisataan.

Menurut Yoeti (1996) suatu daerah untuk menjadi Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang baik, harus mengembangkan tiga hal agar daerah tersebut menarik untuk dikunjungi, yakni:

- a. Adanya sesuatu yang dapat di lihat (*something to see*), maksudnya adanya sesuatu yang menarik untuk dilihat, dalam hal ini obyek wisata yang berbeda dengan tempat-tempat lain (mempunyai keunikan tersendiri). Disamping itu perlu juga mendapat perhatian terhadap atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai *entertainment* bila orang berkunjung.
- b. Adanya sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*), yaitu terdapat sesuatu menarik yang khas untuk dibeli dalam hal ini dijadikan cendramata untuk dibawa pulang ke tempat masing-masing sehingga di daerah tersebut harus ada fasilitas untuk dapat berbelanja yang menyediakan *souvenir* maupun kerajinan

tangan lainnya dan harus didukung pula oleh fasilitas lainnya seperti *money changer* dan bank.

- c. Adanya sesuatu yang dapat dilakukan (*something to do*) yaitu suatu aktifitas yang dapat dilakukan di tempat itu yang bisa membuat orang yang berkunjung merasa lebih betah di tempat tersebut.

Setiap kawasan wisata memiliki komponen yang saling mendukung untuk pengembangan wisata di suatu daerah, dengan tujuan agar wisatawan dapat mendapatkan pengalaman yang memuaskan dan dapat menarik perhatian pengunjung (Permatasari & Umilia, 2021). Menurut (Cooper dan Schindler, 2014) daerah tujuan wisata harus memiliki beberapa komponen antara lain daya tarik (*attraction*), mudah dijangkau (*accessibility*), tersedianya berbagai fasilitas pendukung (*amenities*) dan organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan.

#### **I. Standarisasi Penilaian Obyek Wisata**

Syarat utama dalam mendirikan sebuah usaha pariwisata adalah harus memenuhi standarisasi baik badan usaha, pengelolaan, tenaga kerja, produk maupun pelayanannya. Selain itu juga harus mempunyai sertifikasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan yang mengaturnya. Standar usaha pariwisata merupakan rumusan kualifikasi usaha pariwisata dan klasifikasi usaha pariwisata yang mencakup aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan usaha pariwisata. Usaha jasa pariwisata harus memiliki standarisasi baik dari segi kompetensi maupun dari segi usahanya. Setiap obyek wisata wajib memiliki sertifikasi, yaitu suatu proses pemberian sertifikat bagi suatu usaha maupun pekerja pariwisata agar

dapat meningkatkan produk pariwisata, pelayanan dan pengelolaan pariwisata (Aryaningtyas & Maria, 2021).

Menurut (Aryati, 2018) tidak ada aturan yang mengatur secara khusus tentang standarisasi usaha jasa wisata secara internasional. Namun karena adanya organisasi-organisasi yang berskala internasional seperti *Asean Tourism Association (ASEANTA)*, *Asian Association of Convention and Visitors Bureaus (AACvB)* yang telah mempunyai aturan atau kesepakatan yang mengatur tentang kepariwisataan maka setiap negara anggotanya wajib mematuhi ketentuan yang sudah disepakati bersama. Dimana dalam Pasal 6 tentang kewajiban para pemangku kepentingan pembangunan kepariwisataan dengan ayat-ayat sebagai berikut :

1. Para pelaku usaha pariwisata mempunyai kewajiban untuk menyediakan informasi yang obyektif dan jujur kepada wisatawan pelayanan dan tempat yang akan dikunjungi, kondisi, perjalanan, dan tempat tinggal
2. Para pelaku usaha pariwisata, sejauh masih berkaitan dengan mereka seharusnya menunjukkan perhatian, bekerja sama dengan aparat pemerintah untuk masalah keselamatan dan keamanan, pencegahan kecelakaan, perlindungan akan kesehatan dan makanan bagi mereka yang memerlukan layanan.
3. Membantu untuk dapat memenuhi kebutuhan aspek budaya maupun spiritual wisatawan serta tetap memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk melakukan praktek keagamaannya.

4. Pemerintah dari negara pengirim wisatawan untuk bekerjasama dengan para pelaku usaha pariwisata terkait dengan asosiasinya, agar dapat menjamin ketersediaan mekanisme dalam memulangkan kembali wisatawan apabila terjadinya usaha pariwisata yang melayani perjalanan mereka dinyatakan bangkrut
5. Pemerintah mempunyai hak dan kewajiban, khususnya pada situasi krisis, untuk memberitahu warganegaranya akan suatu keadaan yang sulit, atau suatu keadaan yang berbahaya yang mungkin mereka hadapi selama melakukan perjalanan di luar negeri.
6. Media, khususnya media yang mengkhususnya diri dalam ataupun media termasuk media modern yang menggunakan media elektronik, harus menyampaikan informasi yang jujur dan seimbang terhadap peristiwa situasi yang dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan dan mereka hendaknya tidak mempromosikan wisata sex.

## J. Penelitian Relevan

**Tabel 2.1 Penelitian Relevan**

No	Penulis dan Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	I Kadek Agus Ariasa dan Wayan Treman (2018), berjudul “Pemetaan Potensi Obyek Wisata Dengan Sistem Informasi Geografis Di Kecamatan Nusa Penida Kabupaten Klungkun”	Penelitian ini bertujuan untuk mengklasifikasikan obyek wisata di Kecamatan Nusa Penida, selain itu juga menganalisis tingkat potensi dan memetakan persebaran tingkat potensi di Kecamatan Nusa Penida	Metode dalam penelitian ini yaitu menggunakan rancangan penelitian deskriptif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Selanjutnya menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif dengan menggunakan pendekatan keruangan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat potensi obyek wisata di Kecamatan Nusa Penida terdapat tiga tingkatan variasi potensi yaitu tinggi, sedang dan rendah. Potensi tinggi terdapat pada bagian utara Pulau Nusa Penida, potensi sedang hingga rendah terdapat pada bagian selatan Pulau Nusa Penida
2.	Kunthum Ria Anggraeheny, Nevy Farista Aristin, dan Norma Yuni Kartika (2020), berjudul “Pemetaan Sebaran dan Deskripsi Potensi Obyek Wisata Umbul di Kabupaten Klaten”	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sebaran dan potensi obyek wisata umbul di Kabupaten Klaten	Penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik pengambilan sample menggunakan purposive sampling dan juga menggunakan metode observasi lapangan untuk mengetahui kondisi obyek wisata secara langsung. Teknik pengolahan data berupa skoring dan pengklasifikasian.	Hasil dari penelitian ini yaitu didapatkan bahwa umbul terbanyak berada di kecamatan Tulung sebanyak 4 umbul dan Kecamatan Kebonarum sebanyak 3 umbul. Dengan tingkat kelas potensi tertinggi yaitu terdapat di umbul susuhan dan tingkat kelas potensi rendah yaitu terdapat di Umbul Gedaren.
3.	Yati Haryati (2019), berjudul “ Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu di	Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memberikan arahan dalam pengelolaan obyek wisata Pantai Tapandullu agar lebih	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Melalui metode deskriptif dapat diketahui gambaran tentang	Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa pantai tapandullu yang terdapat di Kabupaten Mamuju memiliki berbagai potensi untuk dikembangkan menjadi obyek wisata namun disamping itu kurangnya dukungan

No	Penulis dan Judul	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Kabupaten Mamuju	terarah dalam upaya pengembangan obyek wisata.	pengembangan obyek wisata pantai Tapandullu sebagai daerah tujuan wisata	pemerintah untuk mengelola daya tarik obyek wisata menjadi salah satu kendala dalam pengelolaan dan pengembangannya.
4.	Yeni Elda Niasari (2017) berjudul “Pemetaan Potensi Obyek Wisata Alam di Wilayah Kabupaten Pringsewu”	Tujuan dari penelitian ini yaitu membuat peta persebaran potensi obyek wisata alam di Kabupaten Pringsewu tahun 2017	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian survei dengan teknik pengumpulan data berupa teknik dokumentasi, observasi dan wawancara. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif, yaitu seluruh data yang ada diperoleh dilapangan dideskripsikan secara sistematis.	Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa potensi obyek wisata alam di Kabupaten Pringsewu tersebar di dua kecamatan yaitu Kecamatan Pringsewu dan Kecamatan Gading reho. Potensi Obyek wisata alam di kecamatan pringsewu lebih berkembang dibandingkan dengan potensi obyek wisata di Kecamatan Gading rejo.
5.	Serliyanti (2021) berjudul “Kajian Spasial Potensi Obyek Wisata untuk Pengembangan Wisata di Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen	Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis tingkat potensi lalu memetakan dan mendeskripsikan potensi obyek untuk pengembangan wisata di Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian survei dengan pendekatan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data komponen pariwisata menggunakan lembar ceklis dengan populasi 12 obyek wisata. Teknik pengambilan sample yaitu <i>Total Sampling</i> . Teknik pengolahan data berupa skoring dan pengklasifikasian. Teknik analisis data dengan <i>matching</i> yang berpedoman RIPPDA Kabupaten Kebumen tahun 2017 yang dianalisis secara spasial konektivitas	Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa potensi obyek wisata di Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen termasuk dalam kategori sedang dan Konektivitas antar obyek wisata tergolong tinggi

## **K. Landasan Teori**

Pariwisata merupakan aktifitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetapkan atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur dan tujuan-tujuan lainnya (Inta, 2017).

Menurut Damardji (dalam Niasari, 2007) bahwa potensi wisata adalah segala hal dan keadaan, baik yang nyata dan dapat diraba, maupun yang tidak teraba, yang digarap, diatur dan disediakan sedemikian rupa sehingga dapat bermanfaat/dimanfaatkan atau diwujudkan sebagai kemampuan. Faktor dan unsur yang diperlukan bagi usaha dan pengembangan kepariwisataan, baik itu berupa suasana, kejadian benda ataupun layanan.

Perkembangan kegiatan wisata sangat dipengaruhi oleh daya tarik atau atraksi yang tersedia. Sebuah obyek wisata akan berkembang dengan baik jika memiliki tiga hal yang menjadi daya tarik bagi wisatawan, yaitu sesuatu yang dapat dinikmati secara visual (*something to see*), sesuatu yang bisa dilakukan (*something to do*) dan sesuatu yang dapat dibeli untuk dinikmati atau sebagai cendera mata (*something to buy*).

Analisis spasial merupakan sekumpulan metode yang menemukan dan menggambarkan pola dari sebuah fenomena spasial, sehingga dapat dimengerti dengan lebih baik. Dengan analisis spasial, diharapkan muncul informasi baru yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dibidang yang dikaji.

## **L. Kerangka Pikir**

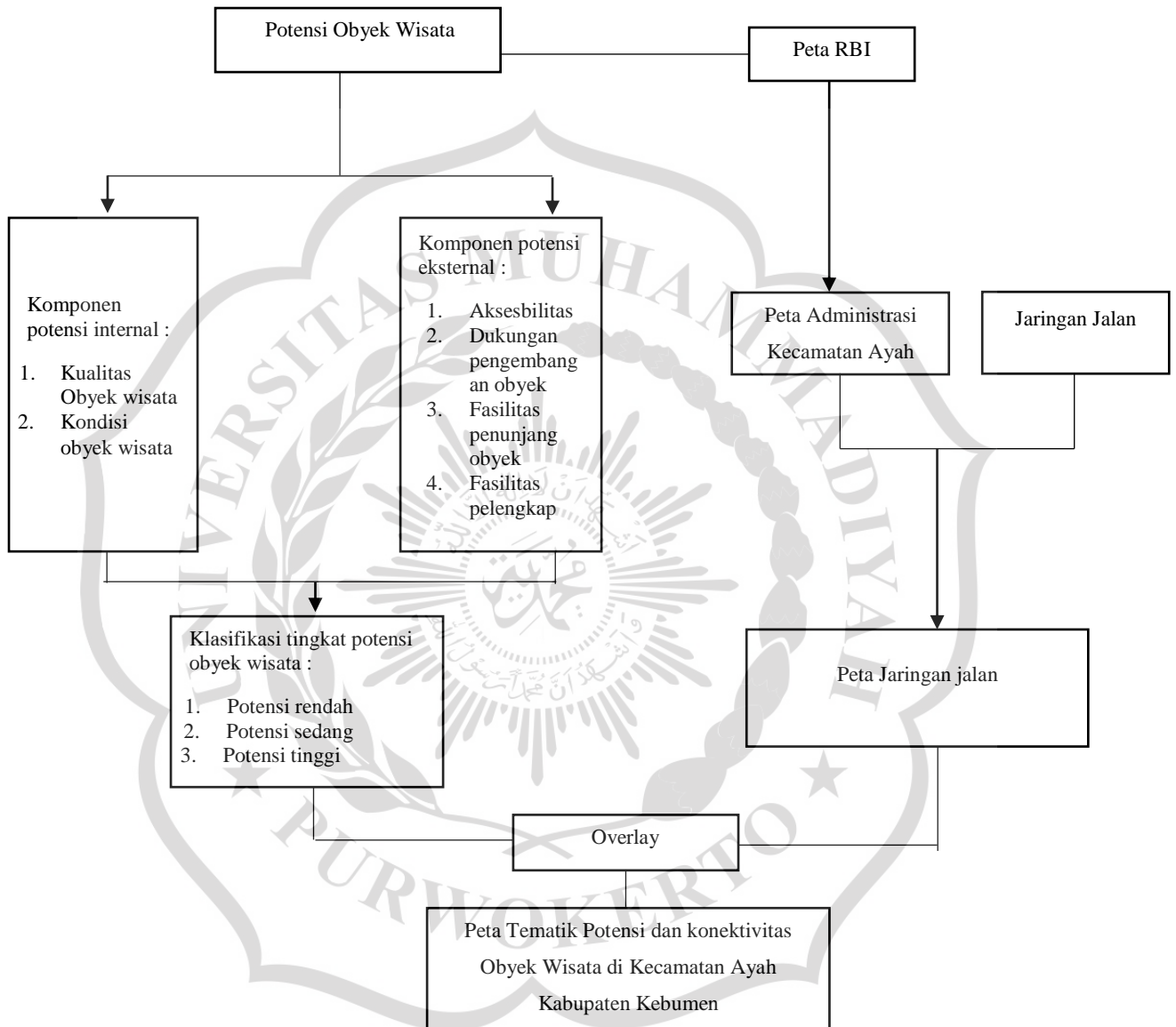
Potensi obyek-obyek wisata alam perlu disajikan dalam bentuk peta. Peta potensi obyek-obyek wisata alam ini memiliki arti yang penting, karena melalui peta keberadaan setiap obyek dapat diketahui tanpa langsung datang ke wilayah tersebut. Banyaknya wilayah yang mempunyai potensi wisata yang tersebar di kecamatan Ayah dibuktikan dengan data yang telah diperoleh oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata sehingga tidak heran apabila akan dikembangkan menjadi obyek wisata yang potensial.

Langkah awal yang dapat ditempuh untuk menentukan suatu potensi obyek wisata agar dapat dikembangkan menjadi obyek wisata yang potensial dapat dilakukan dengan cara melakukan penilaian tingkat potensi obyek wisata melalui analisis dan klasifikasi dengan berpedoman pada variabel – variabel klasifikasi tingkat potensi obyek wisata sehingga dapat diberikan prioritas pengembangan di Kecamatan Ayah.

Pengkajian terhadap potensi obyek wisata, maka ada dua potensi yang perlu dikaji yaitu potensi internal dan potensi eksternal obyek wisata. Potensi internal obyek wisata meliputi kualitas obyek wisata dan kondisi obyek wisata potensi eksternal meliputi aksesibilitas, dukungan pengembangan obyek, fasilitas penunjang obyek dan fasilitas pelengkap.

Hasil dari pengkajian terhadap masing-masing potensi baik potensi internal maupun eksternal suatu obyek wisata apabila digabungkan dan dianalisis maka akan didapatkan suatu gambaran mengenai kelas-kelas potensi obyek wisata

dan pola konektivitas antar obyek wisata. Untuk memperjelas kerangka pikir ini, peneliti akan menyajikan dalam bentuk diagram seperti dibawah ini.



Gambar 2.1 Kerangka pikir