

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pariwisata

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan disebutkan sebagai berikut :

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang di kunjungi dalam jangka waktu semntara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata
3. Pariwisata adalah berbagai kegiatan wisata dan dukungan sebagai fasilitas serta layanan yang di sediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.
4. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata yang bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pengusaha, dan pemerintah daerah.
5. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusiayang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata.
6. Daerah tujuan pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalmnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, akseibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya pariwisata.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pariwisata merupakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi, sedangkan secara umum pariwisata merupakan suatu aktivitas perjalanan seseorang yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain yang berbeda, dengan tujuan rekreasi, bisnis, atau pendidikan yang dilakukan untuk sementara waktu. Para ahli mengungkapkan bahwa definisi pariwisata dapat ditinjau dari beberapa sudut pandang, namun memiliki makna yang sama.

Menurut Spilliane (2015), pariwisata merupakan perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara yang dilakukan oleh perorangan maupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.

Menurut Yoeti (2015), pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian dalam suatu negara itu sendiri maupun di luar negeri, meliputi perpindahan orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu dengan maksud bukan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan berekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Pariwisata mampu memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat lokal. Dampak ekonomi tersebut dapat berupa pengeluaran wisatawan yang diterima langsung oleh suatu usaha atau pengelola. Pengeluaran langsung yang diterima suatu usaha yaitu berupa pengeluaran untuk kegiatan jual beli, baik berupa konsumsi maupun souvenir. Pengeluaran yang diterima langsung oleh pihak pengelola berupa pembelian tiket, wahana, parkir, dan toilet (Sarjanti, dkk 2019). Sebuah wisata idealnya memiliki produk wisata, kegiatan pariwisata, lembaga pariwisata, fasilitas umum, perhotelan, dan lingkungan yang dikelola dan dapat menarik kunjungan wisatawan melalui promosi pelaku wisata (Pradana, G.Y.K, dkk).

B. Indikator Pariwisata

Menurut Direktorat Jenderal Pariwisata Republik Indonesia 2019 menyebutkan bahwa terdapat 4 indikator pariwisata antara lain :

1. *Attractions* (daya tarik) merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Keberadaan atraksi menjadi alasan serta motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata. Atraksi dapat berupa alam, buatan, dan budaya.
2. *Activity* (aktivitas) merupakan segala kegiatan yang dilakukan wisatawan di destinasi wisata, baik di dalam maupun di luar daya tarik utama, yang meliputi berbagai jenis aktivitas wisata alam, wisata buatan, wisata budaya, dan minat khusus.
3. *Amenity* (fasilitas) adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana prasarana yang dimaksud seperti tempat penginapan, toilet, tempat istirahat, tempat parkir, rumah makan, transportasi, agen perjalanan, dll.
4. *Accessibility* (aksesibilitas) adalah segala jenis transportasi dan jasa transportasi yang akan mendukung wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata. Mirip dengan fasilitas, aksesibilitas juga mempengaruhi perkembangan suatu destinasi wisata, jika ada pelabuhan, bandara, jalan raya, dan jasa transportasi lainnya tentunya akan memudahkan daerah tersebut untuk dikunjungi.

C. Potensi Wisata

Potensi adalah kemampuan yang dimiliki yang mungkin bisa dikembangkan. Jadi yang dimaksud dengan potensi wisata adalah sesuatu yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik sebuah obyek wisata. Berdasarkan pengertian di atas, potensi wisata merupakan keadaan yang dapat mendukung perkembangan obyek wisata, seperti pemandangan alam yang indah, atraksi, aksesibilitas, amenitas, akomoditas. Obyek daya tarik wisata dapat dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu sebagai berikut :

1. Obyek wisata alam, yaitu hampir semuanya dapat dikunjungi atau dinikmati setiap hari kecuali beberapa macam, misalnya : fauna langka dan flora langka, selebihnya seperti laut, pantai, gunung, danau, sungai, kawasan lindung, cagar alam, pemandangan, dan lain-lain.
2. Obyek wisata buatan, yaitu hasil rekayasa manusia terdiri dari, sarana dan fasilitas olahraga, permainan, hiburan, taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan.
3. Obyek wisata budaya, yaitu hasil ciptaan manusia pada masa lampau yang terdiri dari, upacara kelahiran, tari-tari tradisional, musik tradisional, pakaian adat, perkawinan adat dan lain-lain.

D. Wisata Buatan

Indonesia dikenal akan destinasi wisata alamnya, namun selain wisata alamnya Indonesia juga memiliki banyak destinasi wisata buatan yang ikonik. Destinasi wisata buatan sendiri memiliki pengertian sebagai destinasi wisata yang dibuat secara sengaja atau destinasi wisata yang dibuat oleh manusia.

Seperti yang diungkapkan oleh (Poerwanti, 2015) bahwa wisata buatan adalah wisata yang bentuk dan objek wisatanya dipengaruhi oleh aktivitas serta kreatifitas manusia, dimana bentuknya sangat bergantung pada keaktifan manusia. Destinasi wisata buatan bisa berupa taman bertema, taman budaya, atau bisa juga fasilitas yang dibuat di sekitar tempat wisata alami sebagai penambah daya tarik wisata alami tersebut. Wisata buatan sendiri terdiri dari :

1. Wisata yang dibangun oleh manusia yang memiliki teknologi, bangunan dan atraksi yang lebih canggih serta modern. Memiliki pengelolaan dan pengembangan secara tersruktur dan kualitas yang baik Sehingga mempunyai menarik minat wisatawan untuk berkunjung wisata tersebut.

2. Wisata yang memanfaatkan potensi yang ada disuatu tempat menjadi suatu hal yang memiliki manfaat masyarakat sekitar. Serta memberikan fasilitas dan pelayanan secara berkualitas.

Bentuk dan obyek wisata ini sangat dipengaruhi oleh upaya dan akitivitas manusia, wujudnya dapat berupa museum, tempat ibadah, pemain musik kawasan wisata yang dibangun seperti taman mini dan kawasan wisata ancol. Struktur pemanfaatan ruang adalah gambaran mengenai hubungan keterkaitan antara aspek-aspek aktivitas pemanfaatan ruang. Struktur ruang terbentuk secara alamiah dan juga sebagai wujud dari hasil proses-proses alam maupun dari hasil proses sosial akibat adanya pembelajaran yang terus menerus, dengan demikian tata ruang dan upaya perubahan-perubahannya sebenarnya sudah terwujud sebelum kita secara formal melakukan upaya mengubah tata ruang yang terstruktur yang kita sebut perencanaan tata ruang (Rustiadi, dkk 2011).

E. Analisis SWOT

Menurut (Rangkuti, 2016) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). SWOT sendiri adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Menurut *Philip Kotler* (2016) untuk melakukan atau menganalisis SWOT lebih dalam, perlu mempertimbangkan faktor internal dan faktor eksternal sebagai bagian penting dari analisis SWOT, yaitu :

1. Faktor *Internal*

Faktor internal ini akan mempengaruhi terbentuknya kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*), dimana faktor ini terkait dengan kondisi yang terjadi di dalam perusahaan yang mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan. Faktor-faktor tersebut meliputi semua macam manajemen fungsional seperti staff, pemasaran, keuangan, operasional, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan.

2. Faktor *Eksternal*

Faktor eksternal ini akan mempengaruhi terbentuknya peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*), dimana faktor ini terkait dengan kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan. Faktor-faktor tersebut meliputi lingkungan industry dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.

F. Analisis Spasial

Analisis spasial merupakan kemampuan untuk menyusun atau mengolah data spasial ke dalam berbagai bentuk yang berbeda sedemikian rupa sehingga mampu menambahkan atau memberikan arti baru, dimana analisis spasial sendiri memiliki 3 kelompok yaitu visualisasi, eksplorasi, dan pemodelan (Mahendrasari, 2016).

1. *Visualisasi*

Visualisasi merupakan menginformasikan hasil dari analisis spasial yang kemudian ditampilkan dalam bentuk grafik atau peta (Mahendrasari dan Permata, 2016). Berikut ini adalah penelitian yang mendukung kelompok analisis spasial yaitu *visualisasi* :

- a. Analisis *Virtual Maps* dalam Pengembangan Pariwisata Denpasar di Era Revolusi 5.0 (Irene Vania Martajaya, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis unsur-unsur *visual* yang terkandung pada *digital virtual maps*, kemudian mendeskripsikan setiap unsur *visual* yang terkandung di dalam desain peta tersebut, dan dianalisis satu persatu untuk membahas unsur-unsur *visual* yang terkandung dalam *virtual maps* tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dimana data yang diperoleh dianalisis dengan mendeskripsikan unsur-unsur *visual* yang ada dengan dikaitkan terhadap isi dari *virtual maps*.
- b. Pemetaan Pemangku Kepentingan : Analisis *Visual* Untuk Meningkatkan Keterlibatan Masyarakat di Kota Cirebon (Budi Suyanto & Myrza Rahmanita, 2024). Penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan pemangku kepentingan termasuk masyarakat lokal penting dalam membentuk citra destinasi.

2. Eksplorasi

Eksplorasi adalah mengolah data spasial dan data non spasial untuk memprediksi adanya pola spasial dengan menggunakan metode statistika (Mahendrasari, 2016). Berikut adalah penelitian yang mendukung kelompok analisis spasial yaitu eksplorasi :

- a. Eksplorasi Potensi Objek Pariwisata di Kampung Tanjung Pasir (Shafa Armeila Ibrahim, 2023). Penelitian ini menekankan pada identifikasi potensi-potensi pariwisata yang dapat dikembangkan di Kampung Nelayan Tanjung Pasir guna meningkatkan perekonomian lokal dan mempromosikan warisan budaya serta keindahan alam yang dimiliki agar menjadi destinasi yang menarik bagi wisatawan.
- b. Eksplorasi dan Objek Atraksi Wisata Pendukung Usaha Konservasi di Banyubiru, Kabupaten Pasuruan. (Anisa Kusumaningtyas & Bagyo Yanuwiadi, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui objek dan atraksi wisata di Banyubiru serta persepsi masyarakat terhadap ekowisata. Observasi tentang objek dan atraksi wisata dilakukan

dengan cara eksplorasi langsung pada kawasan wisata Banyubiru. Persepsi masyarakat pada penelitian ini, didapatkan dengan cara wawancara semiterstruktur pada narasumber.

3. Pemodelan

Pemodelan merupakan cara mempresentasiakan fenomena di dunia nyata yang bertujuan untuk mempelajari objek/fenomena tersebut yang selanjutnya akan bermanfaat untuk penyelesaian masalah. Pemodelan ini menunjukkan hubungan sebab akibat dengan menggunakan sumber data spasial dan data non spasial untuk memprediksi pola spasialnya (Mahendrasari, 2016). Berikut ini adalah penelitian yang mendukung kelompok analisis spasial yaitu pemodelan :

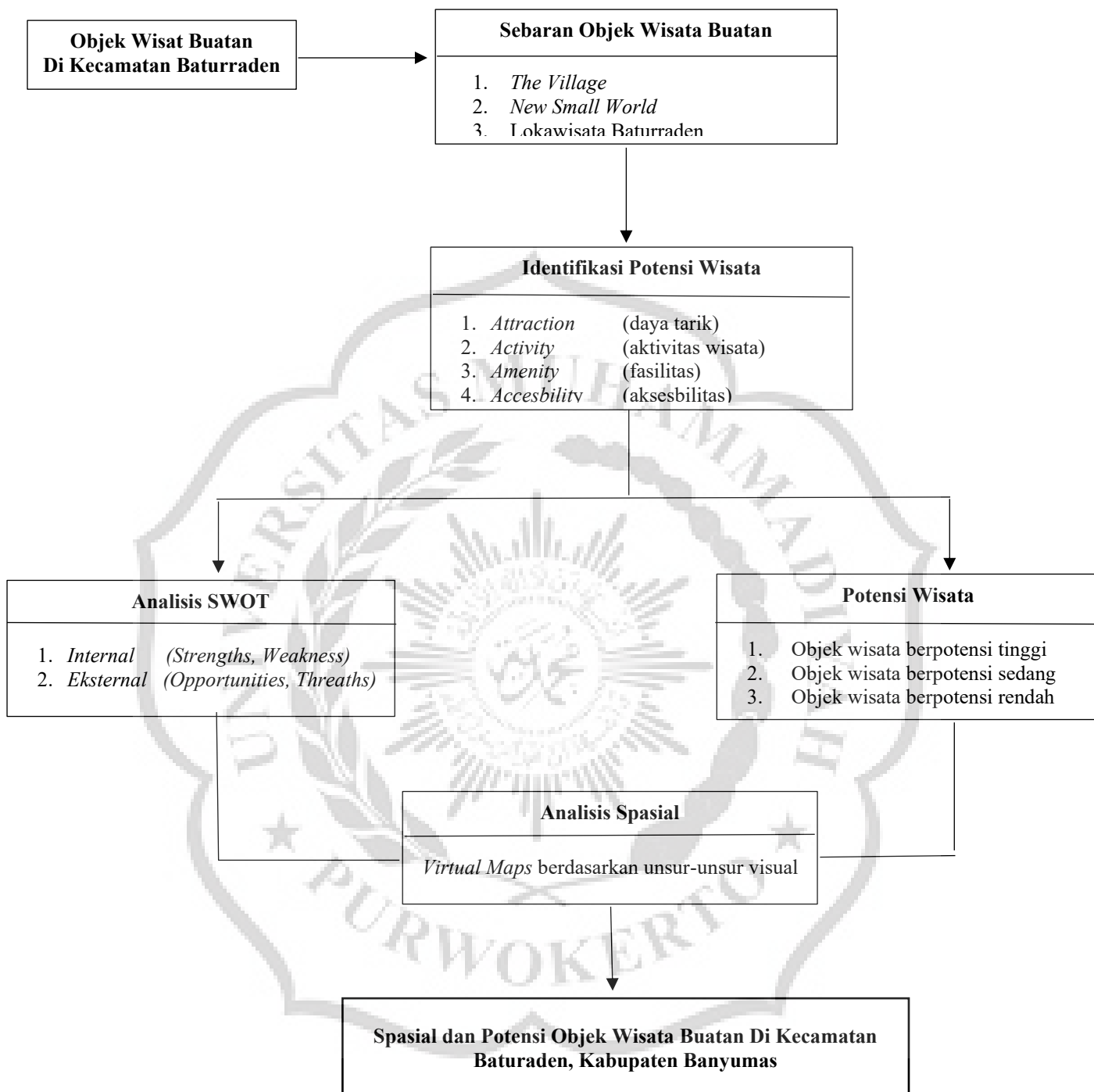
- a. Pemodelan Spasial dengan Menggunakan Analisis *Least Cost Path* Untuk Menentukan Jalur Kereta Api dari Parangtritis Menuju Yogyakarta. (Zuliadhi Mulantosi & Barandi Spta Widarnoto, 2015). Penelitian ini bertujuan mengetahui pemodelan spasial melalui analisis *least cost path* dalam penentuan jalur kereta api yang menghubungkan kawasan wisata Parangtritis menuju Kota Yogyakarta dengan menggunakan data dari penginderaan jauh. Pendekatan Spasial Untuk Pengembangan
- b. Destinasi Pariwisata Lembang yang Berkelanjutan (Shandra Rama Panji Wulung, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemodelan destinasi pariwisata Lembang melalui pengintegrasian dari karakter fisik, wisatawan, arahan kebijakan, serta ditunjang oleh elemen-elemen spasial yang telah ditentukan sebelumnya. Elemen spasial tersebut nantinya akan berperan dalam mewujudkan suatu destinasi berkelanjutan dan menjadi manifeasti dari sistem kepariwisataan.

G. Penelitian Yang Relevan

Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan

| NO. | Penulis | Tujuan | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|-----|--|--|---|---|
| 1. | Faris Amirudin (2015) Kajian Potensi Wisata Ketep Pass dalam Analisis Spasial | a. Untuk mengetahui potensi wisata Ketep Pass. b. Untuk mengetahui pengembangan potensi objek wisata Ketep Pass ditinjau dari sudut pandang spasial. | Penelitian ini menggunakan metode analisis skoring dan SWOT. | a. Objek wisata Ketep Pass masuk dalam kategori potensi tinggi. b. Pengembangan objek wisata berdasarkan faktor penghambat terutama pada faktor daya tarik objek wisata, aksesibilitas, fasilitas dasar, fasilitas pendukung. |
| 2. | Serliyanti (2022) Kajian Spasial Potensi Objek Wisata Untuk Pengembangan Wisata di Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen | Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis tingkat potensi, dan mendeskripsikan potensi objek untuk pengembangan wisata di Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen. | Penelitian survei dengan pendekatan analisis deskriptif. | Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa potensi objek wisata di Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen, termasuk dalam kategori sedang dan konektivitas antar objek wisata tergolong tinggi. |
| 3. | Kunthum Ria (2020) Pemetaan Sebaran Dan Deskripsi Potensi Objek Wisata Umbul Di Kabupaten Klaten. | Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sebaran dan potensi objek wisata Umbul di Kabupaten Klaten. | Penelitian in menggunakan metode survei. | Hasil dari penelitian ini yaitu didapatkan bahwa umbul terbanyak berada di Kecamatan Tulung seanyak 4 umbul dan Kecamatan Kebonarum sebanyak 3 umbul. Dengan tingkat kelas potensi tertinggi yaitu terdapa di umbul susuhan dan tingkat kelas potensi rendah yaitu terdapat di Umbul Gedaren. |
| 4. | Kharnesia Tulis (2024) Kajian Spasial Potensi Wisata Buatan Di Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas. | a. Mengetahui potensi wisata buatan yang ada di Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas. b. Mengetahui spasial potensi wisata buatan antara objek wisata yang satu dengan objek wisata yang lain secara spasial di Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas. | Penelitian survei dengan pendekatan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan lembar ceklis dengan populasi 3 objek wisata buatan. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik <i>total sampling</i> . Teknik pengolahan berupa skoring dan pengklasifikasian. Teknik analisis dengan berpedoman pada SWOT dan spasial. | Hasil dari penelitian ini yaitu, didapatkan bahwa ketiga objek wisata buatan yang ada di Kecamatan Baturaden yaitu The Village, New Small World, dan Lokawisata Baturaden memiliki potensi sedang diperoleh dari hasil skoring dan pengklasifikasian. |

H. Kerangka Pikir



Gambar 3.1 Kerangka Pikir