

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Wisata**

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara [2]. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Kawasan pengembangan pariwisata daerah adalah suatu kawasan yang di dalamnya terdapat beberapa kawasan pariwisata serta objek dan daya tarik wisata. 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 [16].

### **2.2 Jenis Wisata**

Wisata alam yaitu kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan pada tempat-tempat yang indah secara alami, memiliki panorama yang indah, sejuk, dan membuat suasana menjadi nyaman. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata [3]. Pengertian wisata mengandung empat unsur, yaitu kegiatan perjalanan; dilakukan secara sukarela; bersifat sementara; perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Wisata berdasarkan jenis-jenisnya dapat dibagi kedalam dua kategori, Wisata Alam, yang terdiri dari:

1. Wisata pantai (*Marine tourism*), merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
2. Wisata Etnik (*Etnik tourism*), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik

3. Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.
4. Wisata Buru, merupakan wisata yang dilakukan di negri-negri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
5. Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.

Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti bekas pertempuran (*battle fields*) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara. Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, entologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.

### 2.3 Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata harus mempunyai 4 (empat) komponen yaitu: *Attraction* (Atraksi), *Accessibility* (Aksesibilitas), *Amenity* (Fasilitas), dan *Ancilliaary* (Pelayanan tambahan)[4].

#### 1. *Attraction* (atraksi)

*Attraction*/atraksi merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata. Untuk menemukan potensi kepariwisataan harus bertujuan kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Modal atraksi yang dapat menarik kedatangan wisatawan itu

ada tiga, yaitu: *Natural resources* (alami), atraksi wisata budaya, dan atraksi buatan manusia itu sendiri. Keberadaan atraksi wisata menjadi alasan serta motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu Daya Tarik Wisata (DTW) sehingga dapat membuat wisatawan tinggal sehari-hari atau bahkan pada kesempatan lain wisatawan bisa berkunjung ke tempat yang sama.

2. *Accessibility* (aksesibilitas)

*Accessibility*/aksesibilitas merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata, alat transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. Akses ini diidentikkan 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 menyulitkan para wisatawan yang akan berkunjung ke daerah tujuan wisata.

3. *Amenity* (fasilitas)

*Amenity*/fasilitas merupakan segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang harus tersedia seperti penginapan, rumah makan, tempat rekreasi, tempat berkemah, transportasi dan agen perjalanan. Adapun prasarana yang banyak diperlukan untuk pembangunan pariwisata ialah jalan raya, persediaan air atau toilet, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah.

4. *Ancillary* (pelayanan tambahan)

*Ancillary*/pelayanan tambahan harus disediakan oleh pemerintah daerah suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, dan lain-lain) jasa pelayanan pada tempat wisata dimulai dengan adanya pelayanan jasa kebutuhan sehari-hari (penjual makanan, warung minum atau jajanan), kemudian jasa-jasa perdagangan (pramuniaga, tukang-tukang atau jasa pelayanan lain), selanjutnya jasa untuk kenyamanan dan kesenangan (toko oleh-oleh atau tempat souvenir), lalu jasa yang menyangkut keamanan dan keselamatan (klinik, apotek, polisi dan pemadam kebakaran). *Ancillary* juga merupakan hal-hal yang mendukung kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan,

*tourism* informasi, *travel agent*, dan *stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan.

#### **2.4 Strategi Pengembangan Objek Wisata**

Strategi sebagai suatu kerangka yang membimbing serta mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan sifat dan arah suatu organisasi. Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, yang disertai penyusunan suatu cara atau tujuan yang dapat dicapai. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya tujuan jangka panjang. Program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi merupakan alat untuk mencapai keunggulan bersaing. Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.

Ada beberapa langkah pokok dalam melakukan strategi pengembangan pariwisata yaitu:

- a. Jangka pendek dititikberatkan pada optimasi
- b. Jangka menengah dititikberatkan pada konsolidasi
- c. Jangka panjang dititikberatkan pada pengembangan dan penyebaran

Perkembangan kepariwisataan bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Pariwisata dapat memberikan kehidupan yang standar kepada warga setempat melalui keuntungan ekonomi yang didapat dari tempat tujuan wisata. Dalam perkembangan infrastruktur dan fasilitas rekreasi, keduanya menguntungkan wisatawan dan warga setempat, sebaliknya kepariwisataan dikembangkan melalui penyediaan tempat tujuan wisata. Hal tersebut dilakukan melalui pemeliharaan kebudayaan, sejarah dan taraf perkembangan ekonomi dan suatu tempat tujuan wisata yang masuk dalam pendapatan untuk wisatawan akibatnya akan menjadikan pengalaman yang unik dari tempat wisata. Pada waktu yang sama, ada nilai-nilai yang membawa serta dalam perkembangan kepariwisataan. Sesuai dengan panduan, maka perkembangan pariwisata dapat memperbesar keuntungan sambil memperkecil masalah-masalah yang ada.

Strategi yang tepat didasarkan pada kemampuan menemukenali diri dan lingkungannya, sehingga strategi benar-benar dapat terwujud dari kekuatan yang dimilikinya dan peluang yang dihadapinya. Analisis yang tepat untuk menyusun strategi adalah analisis SWOT. Pengembangan adalah suatu proses atau cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik, sempurna, dan berguna beberapa bentuk produk pariwisata alternatif yang berpotensi untuk dikembangkan, yaitu: Pariwisata budaya (*cultural tourism*), ekowisata (*ecotourism*), pariwisata bahari (*marine tourism*) [3].

## 2.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal. Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) intern perusahaan serta peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threat*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil. Analisa ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan visi dan misi perusahaan serta tujuan perusahaan. Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi. Analisis SWOT digunakan untuk memformulasikan dan membuat rekomendasi sehingga dapat diambil tindakan yang tepat sesuai dengan kondisi atau informasi yang diperoleh. Analisa ini dilakukan berdasarkan faktor-faktor eksternal (peluang

dan ancaman) dan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Berikut adalah tabel analisis SWOT.

**Tabel 2. 1** Analisis SWOT

Internal Eksternal	<i>Strength(S)</i> (Kekuatan Internal)	<i>Weaknesses(W)</i> (Kelemahan Internal)
<i>Opportunities (O)</i> (Peluang)	<b>Strategi (SO)</b> Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi (WO)</b> Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i> (Ancaman)	<b>Strategi (ST)</b> Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi (WT)</b> Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

(Sumber : Freddy Rangkuti, 2002 : 31)

**Keterangan :**

1. **Kekuatan (*Strengths*)** yaitu aspek internal positif yang dapat dikontrol dan dapat diperkuat
  - Potensi, keunggulan, dan keuntungan suatu kawasan atau program? Program-program, keinginan, upaya atau keberhasilan yang telah dilakukan?
2. **Kelemahan (*Weaknesses*)** yaitu aspek internal negatif yang dapat dikontrol dan dapat diperbaiki
  - Permasalahan yang perlu diperbaiki
  - Kendala-kendala internal (teknis maupun pengelolaan)
3. **Peluang (*Opportunities*)** yaitu kondisi eksternal positif yang tidak dapat dikontrol dan dapat diambil keuntungannya.
  - Kesempatan baik yang sedang dihadapi
  - Kecenderungan perkembangan yang mendesak/penting saat ini
  - Kebijakan-kebijakan baru
4. **Ancaman (*Threats*)** yaitu kondisi eksternal negatif yang tidak dapat dikontrol dan mungkin dapat diperkecil dampaknya
  - Hambatan yang sedang dihadapi
  - Persaingan
  - Tuntutan perubahan karena kendala-kendala alam

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu Penelitian ini dilakukan dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan acuan dan perbandingan. Hasil-hasil penelitian yang dijadikan acuan tidak jauh dari topik penelitian yang dibahas, yaitu mengenai potensi dan daya dukung kawasan wisata alam, serta teknik overlay. Pertama pada penelitian yang dilakukan oleh Rika Sylvia pada tahun 2017 dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Tumpang Dua di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan”. Penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan penelitian berupa deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian pun sama yaitu untuk menganalisis strategi pengembangan objek wisata. Pada penelitian ini juga melakukan analisis data dilakukan dengan menggunakan SWOT yaitu menganalisis faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman serta faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Kedua adalah penelitian oleh Dimas, Fahrizal, dan Iskandar pada tahun 2017 dengan judul “Peran Masyarakat Desa Senakin Dalam Pengelolaan Wisata Riam Solakng Sebagai Kawasan Wisata Alam di Kecamatan Sengah Temila Kabupaten Landak”. Penelitian bertujuan untuk mengetahui peran masyarakat Desa Senakin dalam pengelolaan Riam Solakng, dengan menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif. Ketiga adalah penelitian oleh Anak Agung Sagung Alit Widiyastuty pada tahun 2017 dengan judul “Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Air Terjun Dlundung Trawas Kabupaten Mojokerto”. Analisis deskriptif kualitatif dan Analisis SWOT Penelitian ini bertujuan untuk melakukan identifikasi potensi dan permasalahan kawasan wisata air Terjun Dlundung dan mengali persepsi wisatawan pengunjung kawasan Wisata Air Terjun Dlundung sehingga dapat memberikan arahan strategi pengembangan kawasan objek wisata alam air terjun Dlundung di kecamatan Trawas kabupaten Mojokerto.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Analisis	Pengumpulan Data	Tujuan Penelitian
1.	Rika Sylvia (2016)	Analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Tumpang Dua di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan	Analisis deskriptif kualitatif Analisis SWOT	Metode accidental sampling melalui wawancara	Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengembangan strategi yang tepat untuk diterapkan pada pariwisata di Air Terjun Tumpang Dua Kecamatan Kotabaru
2.	Dimas, Fahrizal, dan Iskandar (2017)	Peran Masyarakat Desa Senakin Dalam Pengelolaan Wisata Riam Solakng Sebagai Kawasan Wisata Alam di Kecamatan Sengah Temila Kabupaten Landak	Analisis deskriptif kualitatif	Metode survey dengan Teknik mendalam	Penelitian bertujuan untuk mengetahui peran masyarakat Desa Senakin dalam pengelolaan Riam Solakng
3.	Anak Agung Sagung Alit Widiyastuty (2017)	Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Air Terjun Dlundung Trawas Kabupaten Mojokerto	Analisis deskriptif kualitatif Analisis SWOT	Metode wawancara	Penelitian bertujuan untuk melakukan identifikasi potensi dan permasalahan Kawasan wisata air terjun Dlundung dan menggali persepsi wisatawan sehingga dapat memberikan arahan strategi pengembangan Kawasan objek wisata alam.
4.	Adinda Rizky Ifada (2022)	Analisis Kelayakan Pengembangan Objek Wisata Alam Di Desa Mungbuk Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak	Analisis kuantitatif deskriptif	Data Sekunder, Observasi Lapangan, Wawancara dan Kuisioner	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kelayakan pengembangan objek wisata alam Air Terjun Setegung dan Aek Merah di Desa Mungbuk, Kecamatan Ngabang, Kabupaten Landak, Provinsi Kalimantan Barat.

Sumber : Hasil Analisis, 2022