

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pengertian Pariwisata**

Menurut Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan bahwa yang dimaksud dengan Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang serta Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah serta pengusaha.

Menurut definisi yang lebih luas, pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menemukan keseimbangan sosial, budaya, alam dan ilmu pengetahuan, keselarasan dengan lingkungan, dan kesejahteraan. (Spillane; Pitana 2001 dalam (Riani, 2021)).Pariwisata juga merupakan gejala abad modern yang didasarkan akan kebutuhan kesehatan, kenikmatan dalam keindahan alam, terutama dengan semakin terintegrasinya berbagai bangsa yang akibatnya terjadi peningkatan ekonomi nasional pada masyarakat dari perkembangan niaga, industri dan transportasi (Riani, 2021).

Kepariwisataan merupakan kegiatan yang muncul dan menjadi kebutuhan pada setiap orang dan suatu negara serta terdapat interaksi didalamnya antara wisatawan dengan pengelola baik itu pemerintah, masyarakat setempat, pengelola, dan bahkan sesama wisatawan yang datang (Latif & Amelia, 2022).

#### **B. Potensi Wisata**

##### **1. Pengertian Potensi**

Potensi wisata adalah segala sesuatu yang dimiliki suatu destinasi dan daya tarik yang membuat orang ingin mengunjunginya. Sedangkan pengertian potensi wisata menurut Sukardi (1998:67), Potensi wisata mengacu pada segala sesuatu yang dimiliki oleh daerah sebagai daya tarik pariwisata yang berguna untuk pengembangan industri pariwisata di daerah tersebut. Sementara itu, Sujali (dalam Amdani, 2008) menyatakan bahwa potensi wisata adalah suatu keterampilan dalam sebuah daerah yang dapat dimanfaatkan untuk pembangunan, seperti alam, manusia dan hasil karya manusia itu sendiri (Padalarang, 2020).

##### **2. Jenis-Jenis Potensi**

Menurut (Padalarang, 2020) Potensi wisata dibagi menjadi tiga macam, yaitu sebagai berikut:

### **a. Potensi Wisata Alam**

Aspek – aspek potensi wisata alam yaitu antara lain seperti jenis flora dan fauna suatu daerah, bentang alam seperti hutan, pegunungan, danau, dan lain-lain.

### **b. Potensi Wisata Kebudayaan**

Potensi wisata budaya berarti segala kreasi, emosi dan keterlibatan manusia dalam bentuk adat istiadat, kerajinan, seni, peninggalan sejarah seperti bangunan dan monumen.

### **c. Potensi Wisata Buatan Manusia**

Potensi wisata buatan manusia juga termasuk kedalam daya tarik wisata yang secara sengaja dibuat manusia contohnya seperti tempat peristirahatan, prasarana rekreasi, dan lain-lain.

## **C. Daya Tarik Wisata**

### **1. Pengertian Daya Tarik Wisata**

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata mendefinisikan daya tarik sebagai sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai dalam berupa keanekaragaman alam, budaya, dan produk buatan manusia yang menjadi target atau tujuan kunjungan wisatawan. Menurut Agustin. A.N, dkk (2020) menjelaskan bahwa ketertarikan erat kaitannya dengan kemungkinan. Artinya suatu destinasi wisata perlu memanfaatkan potensi yang ada berupa ketrampilan, kemampuan, kekuatan dan peluang untuk dijadikan daya tarik wisatawan. (Demolingo, 2022).

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu potensi daerah yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang jadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Firawan & Suryawan, 2016) dalam (Maranisyia & Febrianisyia, 2021).

Secara umum daya tarik dapat dibedakan menjadi daya tarik buatan atau *created attraction* dan daya tarik alam atau *given attraction*. Daya tarik alam biasanya menjadi daya tarik utama yang diiklankan. Namun dalam kegiatan tertentu seperti kegiatan MICE, wisata alam berperan sebagai atraksi pelengkap yang berperan sebagai nilai tambah dan peningkatan. Faktor terpenting untuk atraksi utama dan tambahan adalah bagaimana atraksi tersebut dikemas menjadi sebuah konsep promosi wisata. Berikut akan kami bandingkan secara singkat konsep periklanan berdasarkan “potensi” dan konsep periklanan berdasarkan “kepuasan konsumen” yang dikhususkan untuk kebutuhan wisatawan (*customer need*).. (Judisseno, 2019).

Daya tarik wisata merupakan prakarsa dan kegiatan yang memanfaatkan keunikan dan keindahan alam, budaya, dan kekayaan masyarakat lokal lainnya yang dikunjungi oleh wisatawan tertentu. Objek wisata adalah segala sesuatu yang berfungsi sebagai tujuan untuk dikunjungi wisatawan. Daya tarik wisata adalah bentukan dan fasilitas terkait yang dapat menarik wisatawan atau pengunjung ke suatu daerah atau tempat tertentu. (Muksin, 2016).

## **2. Jenis-Jenis Daya Tarik Wisata**

### **a. Daya tarik wisata alam**

Daya tarik alam berupa flora dan fauna, keunikan dan kekhasan ekosistem seperti ekosistem pantai dan ekosistem hutan mangrove. Dapat juga bisa disebabkan oleh fenomena alam seperti kawah, mata air panas, air terjun, dan danau. Budidaya sumber daya alam seperti sawah, perkebunan, peternakan, dan perikanan.

### **b. Daya Tarik Wisata Sosial Budaya**

Museum, Peninggalan Sejarah, Upacara Adat, Seni Pertunjukan Dan Kerajinan.

### **c. Daya Tarik Wisata Minat Khusus**

Ini merupakan jenis pariwisata yang baru saja berkembang di Indonesia. Tur ini cocok untuk wisatawan dengan motif khusus. Keterampilan seperti berburu, mendaki gunung, arung jeram, penggunaan obat dan agrowisata biasanya dicari dari wisatawan.

## **1. Faktor-Faktor Pendukung Daya Tarik Wisata**

Terdapat syarat-syarat untuk menjadi daya tarik wisata dalam rangka mengundang wisatawan unatuk mengunjunginya. (Wayan & Utama, 2018),sebagai berikut:

### **a. Apa yang harus dilihat**

Tempat seperti itu seharusnya memiliki daya tarik wisata dan daya tarik yang berbeda dengan daerah lain. Dengan kata lain, kawasan tersebut harus memiliki daya tarik tersendiri atau daya tarik budaya yang dapat dijadikan hiburan bagi wisatawan. Atraksi meliputi pemandangan alam, kegiatan, seni, dan pemandangan. Dengan kata lain destinasi tersebut sangat menarik untuk dilihat.

### **b. Apa yang harus dilakukan**

Tempat-tempat ini tidak hanya memiliki banyak hal untuk dilihat dan dilakukan, mereka juga membutuhkan fasilitas rekreasi untuk membuat wisatawan betah dalam waktu yang lama. Intinya adalah aktivitas yang bisa dilakukan di tempat tersebut seperti olahraga, memancing dan lain-lain.

### **c. Apa yang harus dibeli**

Tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai buah tangan untuk di bawa pulang ke tempat asal. Contohnya seperti, Cinderamata berupa Kain, gelang, cincin, dan anting.

### **d. Apa yang harus ditibakan**

Maksud dari apa yang harus ditibakan ini yaitu bagaimana wisatawan bisa datang ke sebuah destinasi wisata hal ini berhubungan dengan Aksesibilitas juga disertakan, tetapi bagaimana caranya? Mengunjungi tempat wisata, Kendaraan apa yang digunakan dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk tiba ke tempat-tempat wisata.

### **e. Apa yang harus ditinggal**

Bagaimana seorang wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur. Diperlukan penginapan-penginapan baik itu hotel, *Homestay*, *Resort*, dan *villa*.

Selain faktor-faktor diatas Muksin dalam bukunya menjelaskan bahwa daya tarik wisata suatu destinasi wisata juga dipengaruhi oleh: Ada sumber daya yang membangkitkan rasa kesenangan, keindahan, kenyamanan dan kebersihan, tingkat aksesibilitas yang tinggi untuk mengunjunginya, serta fitur dan spesifikasi khusus yang langka. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk menunjang wisatawan. Memiliki nilai khusus seperti pesona seni, ritual adat, dan nilai-nilai luhur yang diciptakan oleh orang-orang di masa lalu, serta memiliki daya tarik yang tinggi. Suatu daerah dikatakan memiliki daya tarik wisata bila memiliki sifat: a). Keunikan, contoh: bakar batu (di Papua) sebuah cara masak tradisional mulai dari upacara memotong hewan (babi) sampai membakar daging, sayuran dan umbi/talas yang disekam dalam lubang, ditutup batu lalu dibakar, serta keunikan cara memakan masakan tersebut; b). Keaslian, alam dan adat yang dilakukan sehari-hari, dalam berpakaian dan kehidupan keluarga dimana seorang perempuan lebih mengutamakan menggendong babi yang dianggapnya sangat berharga dari pada menggendong anak sendiri; c). Kelangkaan, sulit ditemui di daerah/negara lain; d). Menumbuhkan semangat dan memberikan nilai bagi wisata.

## **D. Pengembangan Destinasi Wisata**

### **1. Pengertian Pengembangan**

Pengembangan merupakan pendayagunaan potensi masyarakat semaksimal mungkin dengan jalan partisipasi aktif menurut tingkat kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki. Pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan dan usaha terkoordinasi untuk menarik wisata dan menyediakan

semua sarana dan prasarana, baik berupa barang atau jasa dan fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan. Segala kegiatan pengembangan pariwisata mencakup berbagai segi yang sangat luas yang menyangkut berbagai segi kehidupan masyarakat mulai dari angkutan, akomodasi, makanan dan minuman, cinderamata dan pelayanan. Menurut Otto Soemarwoto menyatakan bahwa pengembangan wisata merupakan kegiatan kompleks, menyangkut wisatawan, kegiatan, sarana prasarana, objek dan daya tarik, fasilitas pengunjung sarana lingkungan dan sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas maka, pengembangan pariwisata adalah suatu cara untuk menumbuhkan kembangkan obyek wisata yang dikelola yang menyangkut berbagai segi kehidupan masyarakat melalui angkutan, akomodasi, sarana prasarana, obyek dan daya tarik, serta fasilitas pengunjung dan sebagainya pengembangan destinasi wisata merupakan program utama dari menteri Kepariwisata, pengembangan destinasi wisata dilakukan dengan enam kegiatan pokok yaitu peningkatan perencanaan destinasi dan investasi, pemberdayaan masyarakat di destinasi wisata, pengembangan wisata minat khusus, konvensi insentif dan acara serta dukungan manajemen dan tugas teknis pengembangan destinasi pariwisata lainnya. (Apriyani, 2021).

Tahapan pengembangan pariwisata (*tourism life cycle*) mengacu pada pendapat Butler (1980); Cooper and Jackson (1991); dalam (Panorama, 2017). Adapun tahapannya terdiri dari:

**a. Tahap Eksplorasi (*Exploration*)**

Tahap eksplorasi berkaitan dengan penemuan lokasi potensi wisata baru dan ditemukan oleh wisatawan, pemangku kepentingan pariwisata dan pemerintah. Biasanya, jumlah pengunjung rendah dan wisatawan tertarik ke tempat-tempat yang tidak tercemar dan sepi. Tempatnya sulit diakses, tetapi menarik bagi beberapa wisatawan yang benar-benar tertarik karena belum ramai dikunjungi.

**b. Tahap Keterlibatan (*Involvement*)**

Diikuti oleh pengelolaan setempat, biasanya dilakukan oleh penduduk setempat. Pada tahap ini ada inisiatif dari masyarakat setempat, target wisata mulai dipromosikan oleh wisatawan, jumlah wisatawan meningkat, dan pembangunan infrastruktur dimulai. Keterlibatan masyarakat dalam masalah ini sangat penting untuk mendongkrak reputasi tempat wisata.

**c. Tahap Pengembangan (*Development*)**

Adanya kontrol lokal (*local control*) menunjukkan peningkatan kunjungan wisatawan yang cukup signifikan, pengawasan oleh otoritas setempat cukup sulit, dan masuknya industri pariwisata

dari luar dan popularitas destinasi wisata yang merusak kawasan. Karena lingkungan dan sosial budaya yang gelap, intervensi oleh pemerintah daerah dan kota diperlukan maupun nasional.

#### **d. Tahap Konsolidasi (*Consolidation*)**

Konstitusionalisme tercermin dari laju pertumbuhan wisatawan yang melambat. Berbagai industri pariwisata, termasuk hiburan, dan berbagai sumber daya pariwisata terkonsentrasi di daerah tujuan wisata.

#### **e. Tahap Kestabilan (*Stagnation*)**

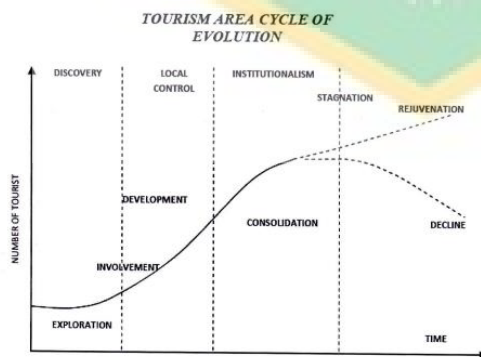
Pada tahap ini, jumlah wisatawan telah mencapai puncaknya, kawasan tersebut tidak lagi modis dan ditinggalkan, pengunjung sedikit, dan pengusaha menggunakan fasilitas yang ada pada tahap ini. Apa upaya untuk beroperasinya industri pariwisata secara intensif akan terus meningkatkan jumlah wisatawan, namun kawasan tersebut kemungkinan akan menghadapi masalah besar terkait lingkungan alam dan sosial budaya.

#### **f. Tahap Penurunan Kualitas (*Decline*)**

Hampir semua wisatawan mengalihkan kunjungannya ke destinasi wisata lainnya. Kawasan tersebut menjadi objek wisata kecil untuk dikunjungi pada siang hari atau akhir pekan. Beberapa fasilitas wisata telah ditata ulang bentuk dan fungsinya agar sesuai dengan tujuan wisata lainnya. Oleh karena itu, pada tahap ini pemerintah dituntut untuk mengambil langkah-langkah pembaharuan (*rejuvenasi*).

#### **g. Tahap Peremajaan Kembali (*Rejuvenate*)**

Pada tahap ini perlu dipikirkan perubahan pemanfaatan tempat wisata, mencari pasar baru, membuat saluran pemasaran baru dan repositioning tempat wisata. Oleh karena membutuhkan pendanaan baru dan kerjasama pemerintah-swasta.



**Gambar 2. 1** *Tourism Area Cycle of Evolution*

**Sumber:** (Panorama, 2017)

## 2. Pengertian Destinasi Wisata

Pengertian destinasi pariwisata adalah satu atau lebih kawasan yang berfungsi sebagai tempat tinggal wisatawan dan memiliki perpaduan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, infrastruktur, serta produk dan jasa dari masyarakat yang saling berhubungan. Terwujudnya pariwisata yang berwawasan lingkungan, berkeadilan sosial, dan ekonomis. (Eddyono, 2021).

Tujuan wisata yang berorientasi geografis adalah wilayah geografis yang berisi semua layanan dan infrastruktur yang diperlukan untuk tinggal dari segmen wisata tertentu. Berdasarkan penetapan kawasan geografis, daerah tujuan wisata adalah suatu geografi yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, dan masyarakat yang saling berkaitan dan saling melengkapi untuk terwujudnya kawasan pariwisata. Destinasi yang digerakkan oleh produk memiliki atribut produk berwujud, seperti tempat tidur dan makanan hotel, dan atribut produk tidak berwujud (penawaran layanan). (Eddyono, 2021).

Destinasi yang berorientasi pada keberlanjutan merupakan perpaduan antara produk dan jasa yang terdiri dari atraksi, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas dan komunitas yang saling berhubungan, bertanggung jawab terhadap lingkungan dan bertanggung jawab secara sosial, melengkapi penyelenggaraan pariwisata yang berkeadilan dan layak secara ekonomi. Memenuhi kebutuhan tanpa mengorbankan kebutuhan generasi mendatang (Eddyono, 2021).

Destinasi pariwisata merupakan suatu tempat atau kawasan yang mempunyai daya tarik dan potensi bagi wisatawan. Destinasi tersebut bisa berupa tempat alam, tempat bersejarah, tempat budaya atau tempat kuliner yang menarik perhatian wisatawan. Destinasi wisata memegang peranan penting dalam industri pariwisata karena merupakan tujuan utama para wisatawan yang ingin beristirahat, bersantai atau menjelajahi tempat-tempat baru. (Akwila, Nurmanto, & Parantika, 2023)

## E. Kerangka Penelitian

Potensi Danau Wee Boro

Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Danau Wee Boro

Analisis SWOT  
Teori Rangkuti dalam  
Nugraha (2022)

Analisis Matriks  
Teori Hardani (2020)

Hasil Temuan dan Rekomendasi

Keterangan

→ Alur penelitian

