

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pariwisata Syariah

Pariwisata syariah menurut islam adalah bagaimana upaya umatnya mengambil i'tibar atau pelajaran yang dilakukan sebagai di syaratkan dalam QS. Al-An'am ayat 11:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ ﴿١١﴾

Artinya:

*Katakanlah: berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu.*¹

Keperluan tertentu dimuka bumi harus di iringi dengan keharusan untuk memperharikan dan mengambil pelajaran dari peninggalan dari peradaban bangsa-bangsa yang terdahulu. Selanjutnya Al-Quran menggambarkan pula, apabila manusia itu mau memperhatikan , mereka akan dapat melihat dan mengetahui bahwa dalam alam sekelilingnya, malah pada diri mereka sendiri berlaku peraturan-peraturan atau Sunatullah.² Pada bagian lain Al-Quran menekankan perlunya jaminan keamanan suatu daerah

¹ Nafan Akhun, AL-QUR'AN (Indonesia-Terjemahan), Imanjina Fun Studio, 2007 (Buku Digital), hlm 183.

² Fitri Andika, Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kesempatan Kerja Dalam Perspektif Ekonomi Islam, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), hlm 29.

atau suatu negara serta fasilitas yang tersedia bagi wisatawan. Hal ini ditekankan pada firman Allah SWT dalam Q.S. Saba' ayat 18:

وَجَعَلْنَا بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ الْقُرَى الَّتِي بَرَكْنَا فِيهَا قُرَى ظَهْرًا وَقَدَرْنَا فِيهَا
السَّيْرَ سِيرُوا فِيهَا لَيَالِيَ وَأَيَّامًا ءَامِنِينَ ﴿١٨﴾

Artinya:

*Dan kami jadikan antara mereka dan antara negeri-negeri yang kami limpahkan berkat kepadanya, beberapa negeri yang berdekatan dan kami tetapkan antara negeri-negeri itu (jarak-jarak) perjalanan, berjalanlah kamu di kota-kota itu pada malam hari dan siang hari dengan aman.*³

Menurut ayat diatas seluruh manusia haruslah taat kepada-Nya dan selalu berdekat diri kepada Allah, dan harus ditetapkan oleh negara-negara itu.⁴ Dalam kajian Islam wisata dapat dikelompokkan dalam dua aspek yaitu:

1. Wisata rohani

Wisata rohani merupakan sebuah perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dengan mencari keridhoan Allah, dan menambah pengalaman serta pengetahuan baik itu sifatnya umum maupun agama. Contoh wisata rohani adalah masjid yang dijadikan wisata rohani.⁵

³ Nafan Akhun, AL-QUR'AN ., *Op, Cit*, hlm 676.

⁴ Fitri Andika, Dampak Pengembangan Pariwisata ., *Op, Cit*, hlm 30.

⁵ Hamaidi Al Ayubi H, Fungsi Dan Kegiatan Masjid Dian Al Mahri Sebagai Obyek Wisata Rohani, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Hidayatullah, 2008), hlm 34.

2. Wisata jasmani

Wisata jasmani dapat berupa menyaksikan keajaiban fenomena alam dan pengaturan yang sangat tepat dan serasi yang meliputi semuanya, manusia bisamengungkap keagungan, kebesaran, kebijaksanaan, oengetahuan sang pencipta. Kemudia dia akan merasa takjub dan terpesona, memuji dengan pujian yang paling dalam.⁶ Hal ini terdapat dalam surah Ali Imran 191:

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ
السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ
النَّارِ ﴿١٩١﴾

Artinya:

*(Yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadaan berbaring dan mereka mendirikan tentang penciptaan langit dan bumi (saraya berkata): “Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, maha suci Engkau, maka periharalah kami dari siksa neraka.”*⁷

Berwisata mengenal keagungan Allah, berwisata melihat keagungan, berwisata mengenal betapa besar kasih dan saying-Nya, dan berwisata mengenal keindahan dan kekayaan dunia sebenarnya. Wisata juga diajukan sebagai sebuah cermin mempelajari sebab-sebab kemajuan dan kemunduran; baik pelajaran itu melalui cermin diri atau kisah orang lain. Pada gilirannya, siapa tahu dengan berwisatakita bias hijrah; hirah dari

⁶ Fitri Andika, Dampak Pengembangan Pariwisata., *Op, Cit*, hlm 31.

⁷ Nafan Akhun, AL-QUR'AN ., *Op, Cit*, hlm 106.

kejahilan menuju kearifan, hijrah dari kesombongan menjadi kerendahan hati, hijrah dari kekufuran menjadi bersyukur atas karunia Allah, hijrah dari kemaksiatan kepada kesholehan. Keindahan rasa dekat dengan Allah Sang Maha segala-galanya dan kebahagiaan dunia dan akhirat adalah merupakan harapan setiap insan.⁸

Wisatawan muslim merupakan segmen baru yang sedang berkembang dengan pesat dalam industry pariwisata. Menjelajahi dunia seperti wisatawan lain dengan tidak mengorbankan kebutuhan dasar mereka berupa pemenuhan makanan halal dan kemudahan pelaksanaan ibadah berupa shalat. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sedangkan pariwisata syariah merupakan seluruh kegiatan wisata yang tersebut, akan tetapi tanpa meninggalkan nilai-nilai syariah. Juka secara umum pariwisata syariah dan pariwisata konvensional tidak beda hanya keutuhan terhadap paket wisata, akomodasi, makanan, dan minuman dalam memenuhi nilai-nilai islam.⁹

Syakiry mengatakan konsep pariwisata syariah tidak terbatas pada wisata religi, tetapi meluas kesegala bentuk pariwisata kecuali yang bertentangan dengan nilai-nilai syariah Islam.¹⁰ Sejalan dengan tujuan syariah, yaitu memelihara kesejahteraan manusia yang mencakup

⁸ Fitri Andika, Dampak Pengembangan Pariwisata., *Op, Cit*, hlm 32.

⁹ Syarifuddin, Analisis Produk, Pelayanan Dan Pengelolaan Bisnis Perhotelan Syariah Pada Hotel Syariah Wali Songo Surabaya, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015), hlm 31.

¹⁰ *Ibid*, hlm 31.

perlindungan terhadap keimanan, kehidupan, akal, keturunan, dan harta benda. Maka prinsip dalam pariwisata syariah harus didasarkan pada tujuan untuk meningkatkan semangat keberagaman dengan cara menghibur.¹¹

B. Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Menurut Prof. Salah Wahab pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri (di luar negeri), meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain (daerah tertentu, suatu negara atau benua) untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana iya memperoleh pekerjaan tetap.¹² Dalam Undang Undang RI No 10 tahun 2009 bahwa Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.¹³ Fasilitas serta layanan yang disediakan oleh *stakeholder* pariwisata merujuk pada sebuah usaha pariwisata yang menurut UU No. 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataan Usaha Sarana Pariwisata adalah Penyediaan akomodasi; Makan dan Minum; Angkutan Wisata; Sarana Wisata Tirta; Kawasan

¹¹ *Ibid*, hlm 33.

¹² Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata.*, Op, Cit, hlm 107.

¹³ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan.

Pariwisata).¹⁴ Sebagai contoh antara lain adalah usaha rumah makan, kedai makan, pondok wisata, warung makan dan minuman jasa boga.

Menurut J. spillane menguraikan bahwa suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata bila memenuhi 3 persyaratan yaitu:¹⁵

1. Harus bersifat sementara
2. Harus bersifat sukarela dalam arti tidak terjadi karena paksaan
3. Tidak melakukan pekerjaan yang sifatnya menghasilkan upah ataupun bayaran.

Pariwisata menurut jovicic dalam pitana dan putu adalah suatu aktivitas yang begitu besar pengaruhnya terhadap kehidupan manusia, pariwisata telah banyak menarik minat akademisi dan berbagai kedisiplin ilmu untuk mengkajinya.¹⁶

Pariwisata menurut Prof. Kurt Morgenroth, dalam arti sempit, adalah lalu lintas orang-orang yang meninggalkan tempat kediamannya untuk sementara waktu, untuk berpesiar ke tempat lain semata-mata sebagai konsumen dari buah hasil perekonomian dan kebudayaan, guna memenuhi kebutuhan hidup dan budayanya atau keinginan yang beraneka ragam dari pribadinya.¹⁷

Dari pendapat para ahli diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pariwisata merupakan perjalanan dari suatu tempat menuju tempat lain

¹⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataaan.

¹⁵ James J. spillane, *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1987) hlm 22.

¹⁶ I Gde Pitana dan Putu G. Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hlm 6.

¹⁷ Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata.*, *Op, Cit*, hlm 108.

yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang sifatnya tidak untuk melakukan pekerjaan yang sifatnya menghasilkan upah dan bersifat sementara atau tidak untuk tinggal di tempat yang dikunjungi.

Menurut Pitana dan Diarta suatu destinasi wisata yang dikunjungi wisatawan dapat dipandang sebagai konsumen sementara. Mereka datang ke daerah tersebut dalam jangka waktu tertentu, menggunakan sumber daya dan fasilitasnya dan biasanya mengeluarkan uang untuk berbagai keperluan, dan kemudian meninggalkan tempat tersebut untuk kembali ke rumah atau negaranya. Jika wisatawan yang datang ke destinasi tersebut sangat banyak, mengeluarkan segitu banyak uang untuk membeli berbagai keperluan selama liburannya, tidak dapat dibantah bahwa hal itu akan berdampak pada kehidupan ekonomi daerah tersebut, baik langsung maupun tidak langsung. Dampak ekonomi yang ditimbulkannya dapat bersifat positif maupun negatif.¹⁸

2. Dampak Pariwisata

Cohen (1984) mengemukakan bahwa dampak pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat lokal dapat dikategorikan menjadi delapan kelompok besar, yaitu:¹⁹

- a. Dampak terhadap penerimaan devisa.
- b. Dampak terhadap pendapatan masyarakat.
- c. Dampak terhadap kesempatan kerja.
- d. Dampak terhadap harga-harga.

¹⁸ I Gede Pitana Dan I Ketut Surya Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), hlm 184.

¹⁹ *Ibid*, hlm 185.

- e. Dampak terhadap distribusi manfaat/keuntungan.
- f. Dampak terhadap kepemilikan dan *control*.
- g. Dampak terhadap pembangunan pada umumnya, dan
- h. Dampak terhadap pendapatan pemerintah.

Sementara itu menurut Pizam and Milman (1984) mengklasifikasikan dampak social-budaya pariwisata atas enam, yaitu:²⁰

- a. Dampak terhadap aspek demografis (jumlah penduduk, umur, perubahan piramida penduduk)
- b. Dampak terhadap mata pencaharian (perubahan pekerjaan, distribusi pekerjaan).
- c. Dampak terhadap aspek budaya (tradisi, keagamaan, Bahasa)
- d. Dampak terhadap transformasi norma (nilai, moral, peranan seks)
- e. Dampak terhadap modifikasi pola konsumsi (infrastruktur, komunitas), dan
- f. Dampak terhadap lingkungan (polusi, kemacetan lalu lintas).

Salah satu sektor strategis adalah pariwisata dikarenakan menyentuh langsung usaha-usaha masyarakat, sehingga peran pariwisata sangat besar untuk meningkatkan ekonomi masyarakat, hal merupakan langkah yang sangat tepat dan menjawab masalah yang ada di lapangan. Tumbuhnya kegiatan pariwisata di suatu daerah mampu menumbuhkan usaha-usaha ekonomi skala kecil yang di kelola oleh masyarakat lokal, antara lain adalah usaha rumah makan, usaha akomodasi, usaha cinder

²⁰ I Gde Pitana dan Putu G. Gayatri, *Sosiologi Pariwisata.*, Op, Cit, hlm118.

mata, usaha pemandu wisata usaha, angkutan transportasi tradisional dan lain sebagainya.

3. Jenis dan Macam Pariwisata.

Ditinjau dari segi ekonomi, pemberian klasifikasi tentang jenis pariwisata itu dianggap penting, karena dengan cara itu kita akan dapat menentukan berapa penghasilan devisa yang diterima dari suatu macam pariwisata yang dikembangkan di suatu tempat atau daerah tertentu. Di lain pihak kepentingannya juga sangat berguna untuk menyusun statistik kepariwisataan atau untuk mendapatkan data penelitian yang di perlukan dalam perencanaan selanjutnya di masa yang akan datang.²¹

Hingga sekarang jenis dan macam pariwisata diantaranya ialah:

a. Menurut letak geografis, dimana kegiatan kegiatan pariwisata berkembang:²²

1) Pariwisata lokal (*Local Tourism*).

Yang dimaksudkan dengan jenis pariwisata semacam ini adalah pariwisata setempat, yang mempunyai ruang lingkup relative sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja. Misalnya, kepariwisataan Kota Bandung atau kepariwisataan di daerah DKI saja.

2) Pariwisata Regional (*Regional Tourism*).

Yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu tempat atau daerah yang ruang lingkungnya lebih luas bila

²¹ Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata.*, Op, Cit, hlm 110.

²² *Ibid*, hlm 111.

dibandingkan dengan “*local tourism*”, tetapi lebih sempit jika dibandingkan dengan kepariwisataan nasional “*national tourism*”.

Contohnya, kepariwisataan Sumatera Utara, Bali, dan lain-lain.

3) Kepariwisata Nasional (*National Tourism*)

a) Kepariwisata dalam arti sempit

Yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang dalam wilayah suatu negara. Pengertian ini sinonim dengan pengertian “pariwisata dalam negeri” atau *domestic tourism*, dimana titik beratnya orang yang melakukan perjalanan wisata adalah warga negara sendiri dan orang-orang asing yang berdomisili di negara tersebut.

b) Kepariwisata dalam arti luas

Yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang dalam suatu wilayah suatu negara, selain kegiatan “*domestic tourism*” juga dikembangkan “*foreign tourism*” dimana didalamnya termasuk “*in bound tourism*” dan “*out going tourism*”.

Jika di sini, selain adanya lalu lintas wisatawan dalam negeri sendiri, juga ada lalu lintas wisatawan dari luar negeri, maupun dalam negeri ke luar negeri.

4) *Regional-International Tourism.*

Yaitu kegiatan kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara didalam wilayah tersebut. Misalnya kepariwisataan ASEAN, Timur Tengah, Asia Selatan, Eropa Barat dan lain-lain.

5) *International Tourism.*

Kegiatan ini sinonim dengan kepariwisataan dunia (*world tourism*), yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di seluruh negara di dunia, termasuk didalamnya, selain “*regional-international tourism*” juga kegiatan “*national tourism*”.

b. Menurut alasan /tujuan perjalanan.²³

1) *Business Tourism*

Yaitu jenis pariwisata dimana pengunjungnya datang untuk tujuan Dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar, *convention*, symposium, musyawarah kerja.

2) *Vacational Tourism*

Yaitu jenis pariwisata dimana orang-orang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur, cuti atau pakansi.

²³ *Ibid*, hlm 113.

3) *Educational Tourism*

Yaitu jenis pariwisata dimana pengunjung atau orang melakukan perjalanan untuk tujuan studi atau mempelajari sesuatu ilmu pengetahuan.

- c. Menurut jumlah orang yang melakukan perjalanan (Salah Wahab), yang dapat dibedakan dengan dua bagian penting, yaitu:²⁴

1) *Individual Tourism*

Disini yang melakukan perjalanan wisata itu adalah seorang wisatawan atau satu keluarga yang melakukan perjalanan secara bersama.

2) *Group Tourism*

Dimana yang melakukan perjalanan wisata itu terdiri dari banyak orang yang tergabung dalam satu rombongan (*group*) yang biasa diorganisasi oleh sekolah, organisasi atau satu *Tour Operator/ Travel Agent*. Adapun jumlahnya bervariasi, ada yang 15 orang dan ada yang sampai 20 orang.

- d. Menurut Nyoma S. Pendit jenis-jenis pariwisata yang dikenal dewasa ini antara lain:²⁵

²⁴ *Ibid*, hlm 116.

²⁵ Nyoman S. Pendit, *Ilmu Pariwisata., Op, Cit*, hlm 36-42.

1) Wisata Budaya

Ini dimaksud dengan perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau luar negeri, mempelajari keadaan rakyat,kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka.

2) Wisata Kesehatan

Hal ini dimaksudkan dengan perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang mempunyai iklim udaramenyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas kesehatan lainnya.

3) Wisata Olah Raga

Ini dimaksudkan dengan wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan yang bertujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam

pesta olahraga di suatu tempat atau negara seperti Asian Games, Olympiade, Thomas Cup, Uber Cup, dan lain-lain.

4) Wisata Komersial

Dalam jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang, dan sebagainya

5) Wisata Industri

Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimanater dapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besardengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitiantermasuk dalam golongan wisata industry ini.

6) Wisata Politik

Jenis ini meliputi perjalananyang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian aktif dalam peristiwa kegiatan politik seperti misalnya ulang tahun perayaan 17 Agustus di Jakarta, perayaan 10 Oktober di Moskow, penobatan Ratu Inggris di London dan sebagaimana biasanya fasilitas akomodasi,sarana angkutan dan atraksi beraneka warna diadakan secara megah dan meriah bagi para pengunjung, baik dari dalam maupun luar negeri.

7) Wisata Konvensi

Yang dekat dengan wisata jenis politik adalah apa yang dinamakan wisata konvensi. Berbagai negara pada dewasa ini membangun wisata konvensi ini dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya yang bersifat nasional maupun internasional

8) Wisata Sosial

Ke dalam jenis ini termasuk pula wisata remaja (*youth tourism*). Yang dimaksudkan dengan jenis wisata adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah (atau dengan kata lain tidak mampu membayar segala sesuatu yang bersifat luks) untuk mengadakan perjalanan, seperti misalnya kaum buruh, pemuda, pelajar atau mahasiswa, petani dan sebagainya

9) Wisata Pertanian

Sebagai halnya wisata industri, wisata pertanian ini adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, lading pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun lihat-

lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur-mayur dan palawija disekitar perkebunan yang dikunjungi.

10) Wisata Maritim (Marina) atau Bahari

Jenis wisata ini banyak dikaitkandengan kegiatan olah raga di air, lebih-lebih di danau, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi bersilancar, balapan mendayung, berkeliling melihat taman laut dengan pemanangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah-daerah atau negara-negara maritime di Lautan Karibia, Hawaii, Tahiti, Fiji dan sebagainya.

11) Wisata Cagar Alam

Untuk jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, tanah lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

12) Wisata Buru

Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang

dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.

13) Wisata Pilgrim

Jenis wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.

14) Wisata Bulan Madu

Ada juga ditambahkan dalam berbagai jenis yang disebutkan diatas apa yang dinamakan wisata bulan madu. Yaitu, suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan merpati, pengantin baru, yang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas yang khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka, seperti misalnya kamar pengantin di hotel yang khusus disediakan dengan peralatan serba istimewa seperti tempat tidur yang jahut, dekorasi dinding dengan selera tinggi, cermin besar di berbagai sudut

termasuk langit-langit kamar, dan sebagainya yang menimbulkan kesan seakan-akan berada di sorgaloka.²⁶

C. Obyek Wisata

Menurut UU No. 9 Tahun 1990 Bab III Pasal IV tentang kepariwisataan menjelaskan jenis objek wisata adalah:²⁷

1. Obyek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis sertabinatang-binatang langka.
2. Obyek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, pertanian (wisata agro), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya.

Menurut SK Menparpostel No. KM 98 PW. 102 MPPT –87 yaitu:²⁸

“Objek wisata adalah suatu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya alam yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik yang diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan”.

Dalam literatur kepariwisataan luar negeri tidak dijumpai istilah obyek wisata seperti yang biasa di kenal di Indonesia. Untuk pengertian

²⁶ *Ibid*, hlm 36-42.

²⁷ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 Bab III Pasal IV Tentang Kepariwisataan.

²⁸ Eka Afrianti, Handayani Putri Wardanny, Ali Ibrahim, *Pengembangan Aplikasi Informasi Wisata di Kota Palembang Berplatform Android*, “Jurnal Sistem Informasi (JSI), Vol. 9 No. 1, April 2017, ISSNPrint : 2085-1588, ISSNOnline : 2355-4614, hlm 1233-1241.

obyek wisata mereka lebih menggunakan istilah “*tourist attractions*”, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi daerah tertentu.²⁹

Membicarakan obyek dan atraksi wisata dikaitkan dengan pengertian “*product*” dari industri pariwisata itu sendiri. Hal ini dianggap perlu, karena sampai sekarang masih dijumpai pendapat antara beberapa ahli mengenai pengertian “*product*” industri pariwisata. Jadi obyek dan atraksi wisata itu sendiri sebenarnya sudah termasuk dalam produk industri pariwisata, karena kalau tidak motivasi untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata itu dapat dikatakan tidak ada. Manfaat dan kepuasan itu ditentukan oleh dua faktor yang saling berkaitan, yaitu *tourism resources* dan *tourist services*.³⁰

Tourism resources ini oleh Prof. Mariotti disebut dengan istilah “*attractive spontanee*”, yaitu segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut . hal-hal yang dapat menarik orang untuk berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata, di antaranya ialah:³¹

1. Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta, yang dalam istilah pariwisata disebut dengan istilah *Natural Amenities*. Termasuk kelompok ini iyalah:

²⁹ Oka A Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata.*, *Op. Cit*, hlm 158.

³⁰ *Ibid*, hlm 160.

³¹ *Ibid*, hlm 160.

- a. Iklim, misalnya cuaca cerah (*clean air*), banyak cahaya matahari (*sunny day*), sejuk (*mild*), kering (*dry*), panas (*hot*), hujan (*wet*), dan sebagainya.
 - b. Bentuk tanah dan pemandangan (*land configuration and landscape*), tanah yang datar (*plains*), lembah pegunungan (*scenic mountain*), danau (*lakes*), sungai (*river*), pantai (*beaches*), air terjun (*water-fall*), gunung berapi (*volcanos*), dan pemandangan yang menarik (*panoramic views*).
 - c. Hutan belukar (*the sylvan elements*), misalnya hutan yang luas (*large forest*), banyak pohon-pohon (*trees*)
 - d. Fauna dan flora, seperti tanaman-tanaman yang aneh (*uncommon vegetation*), burung-burung (*birds*), ikan (*fish*), binatang buas (*wild life*), cagar alam (*national park*), daerah perburuan (*hunting and photographic safari*), dan sebagainya.
 - e. Pusat kesehatan (*health center*) dan yang termasuk kelompok ini, misalnya sumber air mineral (*natural spring of mineral water*), mandi lumpur (*mud baths*), sumber air panas (*hot spring*), dimana kesemuanya itu diharapkan dapat menyembuhkan macam-macam penyakit.
2. Hasil ciptaan manusia (*man-made supply*). Kelompok ini dapat di bagi dalam empat bagian yang penting, yaitu:
 - a. Benda-benda yang bersejarah, kebudayaan dan keagamaan (*historical, cultural and religious*), misalnya:

- 1) Monumen bersejarah dan peradaban masapampau.
 - 2) Museum, art gallery, perpustakaan, kesenian rakyat, handicraft.
 - 3) Acara tradisional, pameran, festival, upacara naik haji, upacara perkawinan , khitanan, dan lain-lain.
 - 4) Rumah-rumah beribadah, seperti masjid, gereja, kuil atau candi maupun pura.
3. Tatacara hidup masyarakat (*the way of life*)

Tata cara hidup tradisional dari suatu masyarakat merupakan salah satu sumber yang amat penting untuk ditawarkan kepada para wisatawan. Bagaimana kebiasaan hidupnya, adat istiadatnya, semuanya merupakan daya tarik bagi wisatawan daerah itu.³²

Sedangkan untuk “*tourist service*”, Prof. Mariotti menyebutkan dengan istilah “*attractive derive*”, yaitu semua fasilitas yang dapat digunakan dan aktivitas yang dapat dilakukan yang pengadaannya disediakan oleh perusahaan lain secara komersial. Yang penting di perhatikan dalam pengembangan suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata, agar dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan potensial dalam macam-macam pasar, ia harus memenuhi tiga syarat, yaitu:³³

1. Daerah tersebut harus mempunyai apa yang disebut sebagai “*some thing to see*”. Artinya, ditempat tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata, yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain.

³² *Ibid*, hlm 162.

³³ *Ibid*, hlm 164.

2. Daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah “*something to do*”. Artinya, ditempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi atau *amusements* yang dapat membuat mereka betah tinggal lebih lama ditempat itu.
3. Daerah tersebut harus tersedia apa yang disebut dengan istilah “*something to buy*”. Artinya, ditempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk belanja (*shopping*), terutama barang-barang *souvenir* dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk di bawa pulang ke tempat asal masing-masing.

Menurut Inskeep, mengatakan bahwa suatu obyek wisata harus mempunyai 5 unsur penting, yaitu³⁴:

1. Daya Tarik

Unsur ini merupakan faktor utama yang menarik wisatawan mengadakan perjalanan mengunjungi suatu tempat, baik suatu tempat primer yang menjadi tujuan utamanya, atau tujuan sekunder yang dikunjungi dalam suatu perjalanan primer.

2. Prasarana Wisata

Unsur ini dibutuhkan untuk melayani wisatawan selama perjalanan wisata. Fasilitas ini cenderung berorientasi pada daya tarik wisata di suatu lokasi.

³⁴ Handika Fikri Pratama dan Budiman Sakti, *Strategi Pengembangan Kawasan Pantai Panjang Bengkulu, Ditinjau Dari Perspektif Wisatawan Dan Masyarakat Lokal*, “Ekombis Review-Handika Fikri dan Budiman Sakti”, hlm 169-176.

3. Sarana Wisata

Unsur ini adalah pendukung fungsi sarana dan prasarana wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya.

4. Infrastruktur

Unsur ini adalah pendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa system pengatur maupun bangunan fisik diatas permukaan tanah dan di bawah tanah.

5. Masyarakat, Lingkungan, dan Budaya

Daerah dan tujuan wisata yang memiliki berbagai obyek dan daya tarik wisata akan mengundang kehadiran wistawan.

D. Wisatawan

Wisatawan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dunia pariwisata. Wisatawan sangat beragam, tua-muda, miskin-kaya, asing-nusantara, semua mempunyai keinginan dan juga harapan yang berbeda. Jika ditinjau dari kata “*wisata*” maka sebenarnya tidaklah tepat sebagai pengganti kata “*tourist*” dalam bahasa Inggris. Kata itu berasal dari bahasa *Sansekerta* “*wisata*” yang berarti “perjalanan” yang sama atau dapat disamakan dengan kata “*travel*” dalam bahasa Inggris. Jadi orang melakukan perjalanan dalam pengertian ini, maka wisatawan sama artinya dengan kata “*traveler*” karena dalam bahasa Indonesia sudah merupakan kelaziman memakai akhiran “*wan*”

untuk mengatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaannya, jabatannya dan kedudukan seseorang.³⁵

Menurut Undang-Undang nomor 10 tahun 2009 wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata.³⁶ Jadi dapat disimpulkan bahwa orang-orang yang melakukan perjalanan wisata kemana saja yang dia inginkan dinamakan wisatawan. Apa saja tujuannya yang penting, perjalanan itu tidak untuk menetap dan bukan untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi. Pariwisata berkembang karena adanya gerakan manusia didalam mencari sesuatu yang belum di ketahuinya, menjelajahi wilayah yang baru, mencari perubahan suasana, atau untuk mendapat perjalanan baru.³⁷

P.W. Ogilvie, seorang ahli kepariwisataan Inggris yang melihat pariwisata dari segi *business*, memberikan batasan sebagai berikut:³⁸

“Seorang wisatawan adalah seorang yang memasuki wilayah negeri asing dengan maksud tujuan apapun, asalkan bukan untuk tinggal permanen atau untuk usaha-usaha yang teratur melintasi perbatasan dan yang mengeluarkan uangnya di negeri yang dikunjungi, uang mana telah diperolehnya bukan di negeri tersebut, tetapi di negeri lain”.

Meskipun dalam pengertian wisata tersebut menyangkut wisatawan internasional, tetapi dapat di tarik dari padanya sehingga dapat pula berlaku bagi wisatawan dalam negeri (*domestic tourist*). Yang terpenting adalah

³⁵ Koko Irawan, Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2010), hlm 12.

³⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

³⁷ I Gde Pitana dan Putu G. Gayatri, *Sosiologi Pariwisata., Op, Cit*, hlm 40.

³⁸ Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata., Op, Cit*, hlm 129.

bahwa uang yang digunakan untuk belanja tersebut bukan di peroleh dari negeri yang dikunjungi, tetapi dari negeri lain atau tempat asalnya.

Smith (1977) melakukan klasifikasi terhadap wisatawan, dengan membedakan wisatawan atas tujuh kelompok, yaitu:³⁹

1. *Explorer*, yaitu wisatawan yang mencari perjalanan baru dan berinteraksi secara insentif dengan masyarakat lokal, dan bersedia menerima fasilitas seadanya. Serta menghargai norma dan nilai-nilai local.
2. *Elite*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata yang belum dikenal, tetapi dengan pengaturan lebih dahulu dan bepergian dengan jumlah yang kecil.
3. *Off-beat*, yaitu wisatawan yang mencari atraksi sendiri, tidak mau ikut ke tempat-tempat yang sudah ramai dikunjungi. Biasanya wisatawan seperti ini siap menerima fasilitas seadanya di tempat lokal.
4. *Unusual*, yaitu wisatawan yang dalam perjalanannya sekali waktu juga mengambil aktivitas tambahan, untuk mengunjungi tempat-tempat yang baru atau melakukan aktivitas yang agak beresiko. Meskipun dalam aktivitas tambahanya bersedia menerima fasilitas apa adanya, tetapi program pokoknya tetapharus mendapat fasilitas yang standar.
5. *Incipient mass*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan secara individual atau kelompok kecil dan mencari daerah tujuan wisata yang mempunyai fasilitas standar tetapi masih menawarkan keaslian (*authenticity*).

³⁹ I Gde Pitana dan Putu G. Gayatri, *Sosiologi Pariwisata., Op, Cit*, hlm 54.

6. *Mass*, yaitu wisatawan yang berpergian ke daerah tujuan wisata dengan fasilitas yang sama seperti di daerahnya atau berpergian ke daerah tujuan wisata dengan *environmental bubble* yang sama interaksi dengan masyarakat local kecil, kecuali dengan mereka yang langsung berhubungan dengan usaha pariwisata.
7. *Charter*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata dengan lingkungan yang mirip dengan daerah asalnya, dan biasanya hanya untuk bersantai/bersenang-senang. Mereka berpergian dalam kelompok besar dan meinta fasilitas yang berstandar internasional.

Menurut James J. Spillane ada dua kategori dianggap wisatawan dan tidak dianggap wisatawan yaitu:⁴⁰

1. Yang dianggap wisatawan:
 - a. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk kesenangan karena alasan keluarga, kesehatan, dan lain-lain.
 - b. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan pertemuan-pertemuan atau karena tugas-tugas tertentu (ilmu pengetahuan, tugas pemerintah, diplomasi, agama, olah raga, dan lain-lain).
 - c. Mereka yang mengadakan perjalanan dengan tujuan usaha.
 - d. Mereka yang datang dalam rangka perjalanan dengan kapal laut walaupun tinggal di suatu negara kurang dari 24 jam.
2. Yang tidak dianggap wisatawan:

⁴⁰ James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata., Op, Cit*, hlm 24.

- a. Mereka yang datang baik dengan maupun tanpa kontrak kerja dengan tujuan mencari pekerjaan atau mengadakan kegiatan usaha di suatu negara.
- b. Mereka yang datang untuk mengusahakan tempat tetap di suatu negara.
- c. Penduduk di daerah tapal batas negara dan mereka yang bertempat tinggal di suatu negara dan bekerja di negara yang berdekatan.
- d. Pelajar, mahasiswa dan orang-orang muda di asrama-asrama pelajar dan asrama-asrama mahasiswa.
- e. Wisatawan-wisatawan yang melewati suatu negara tanpa tinggal, walaupun perjalanan tersebut berlangsung lebih dari 24 jam.

Theobald mengemukakan beberapa elemen yang dipakai sebagai patokan untuk menentukan apakah seseorang dapat dikatakan sebagai wisatawan atau tidak menurut standart internasional, yaitu sebagai berikut:⁴¹

1. Tujuan perjalanan (*purpose of trip*), wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan selain untuk tujuan bisnis (*leasure traveling*), walau ada kalanya sebuah perjalanan bisnis juga dapat diikuti oleh kegiatan wisata (non-bisnis).
2. Jarak perjalanan dari tempat asal (*distance traveled*). untuk tujuan statistic, ketika memperhitungkan jarak perjalanan wisata, beberapa negara memakai jarak total ulang-alik (*round trip*) antara tempat tinggal dan tujuan wisata. Umumnya jarak yang di pakai bervariasi antara 0-160 km

⁴¹ I Gede Pitana Dan I Ketut Surya Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata., Op. Cit*, hlm 43.

(0-100 mill) tergantung ketentuan masing-masing negara. Oleh karenanya, perjalanan yang dilakukan seseorang, walau bukan untuk bisnis, tetapi kurang dari ketentuan yang ditetapkan, maka orang tersebut tidak akan di hitung sebagai wisatawan.

3. Lamanya perjalanan (*duration of trip*). Umumnya definisi mengenai wisatawan mencakup perjalanan paling tidak satu malam (*over night*) di tempat yang menjadi tujuan perjalanan. Namun adakalanya persyaratan ini dikesampingkan pada kasus perjalanan wisata yang memang didesain kurang dari 24 jam tetapi nyata-nyata berdampak pada kegiatan bisnis pariwisata, seperti restoran, atraksi wisata, hotel, dan sebagainya, di daerah tujuan wisata.

E. Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi adalah proses penentuan rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat di capai.⁴² Strategi selalu berkaitan dengan 3 hal yaitu tujuan, cara dan program. Oleh karena itu, strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada.

Menurut Yoeti, pengembangan adalah usaha atau cara untuk memajukan serta mengembangkan sesuatu yang sudah ada. Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat yang ada di sekitarnya.

⁴² Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2014), hlm 2.

Pengembangan pariwisata harus sesuai dengan perencanaan yang matang sehingga bermanfaat bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, sosial dan juga budaya.⁴³

Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam hal pengembangan pariwisata daerah, pemerintah daerah perlu melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata. Strategi perkembangan pariwisata yang menunjang pertumbuhan ekonomi dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:⁴⁴

1. Perlu ditetapkan beberapa peraturan yang berpihak pada peningkatan mutu pelayanan pariwisata dan kelastarian lingkungan wisata, bukan untuk berpihak pada kepentingan pihak-pihak tertentu. Selain itu perlu diambil tindakan yang tegas bagi pihak-pihak yang melakukan pelanggaran terhadap aturan yang telah ditetapkan;
2. Pengelola pariwisata harus melibatkan masyarakat setempat. Hal ini penting karena dari pengalaman pada beberapa daerah tujuan wisata (DTW), sama sekali tidak melibatkan masyarakat setempat, akibatnya tidak ada sumbangsih ekonomi yang diperoleh masyarakat sekitar. Contoh kasus: pengelolaan DTW di Pantai Wanukaka, Kabupaten Sumba Barat, NTT. Pada DTW tersebut masyarakat tidak berkesempatan untuk

⁴³ Arfianti Nur Sa'idah, Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandar Lampung (studi pada Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung), (Lampung, UIN Raden Intan, 2017)

⁴⁴ Soebagyo, "Strategi Pengembangan Pariwisata Indonesia", Jurnal Liquidity Vol.1, No. 2, Juli-Desember 2012, hlm 153-158.

terlibat, baik untuk menjual hasil-hasil pertanian, kerajinan maupun menjadi karyawan ditempat itu;

3. Kegiatan promosi yang dilakukan harus beraneka ragam, selain dengan mencenangkan cara *Visit Indonesia Year* seperti yang sudah dilakukan sebelumnya, kegiatan promosi juga harus dilakukan dengan membentuk sistem informasi yang handal dan membangun kerjasama yang baik dengan pusat-pusat informasi pada negara-negara lain, terutama negara-negara yang berpotensi.
4. Perlu menentukan DTW-DTW utama yang memiliki keunikan dibandingkan dengan DTW lain, terutama yang bersifat tradisional dan alami. Kebetulan saat ini obyek wisata yang tradisional dan alami menjadi sasaran utama para wisatawan asing. Obyek ini sangat banyak ditemukan di luar Jawa, misalnya di daerah-daerah pedalaman Kalimantan, Papua dan lain-lain.
5. Pemerintah pusat dapat membangun kerjasama dengan kalangan swasta dan pemerintah daerah setempat, dengan sistem jujur, terbuka dan adil. Kerja sama ini penting karena untuk lancarnya pengelolaan secara profesional dengan mutu pelayanan yang memadai. Selain itu kerjasama diantara penyelenggara juga perlu di bangun. Kerjasama diantara agen biro perjalanan, penyelenggara tempat wisata, pengusaha jasa akomodasi dan komponen-komponen terkait lainnya merupakan hal yang sangat penting bagi keamanan kelancaran dan kesuksesan pariwisata;

6. Perlu dilakukan pemerataan wisatawan bagi semua (DTW) yang ada diseluruh Indonesia. Dalam hal ini pemerintah juga harus memberikan perhatian kepada semua DTW, perhatian DTW yang sudah mandiri hendaknya dikurangi dan memberikan perhatian yang lebih terhadap DTW yang memerlukan perhatian lebih;
7. Mengajak masyarakat sekitar daerah tujuan wisata (DTW) agar menyadari peran, fungsi dan manfaat pariwisata serta merangsang mereka untuk memanfaatkan peluang-peluang yang tercipta bagi berbagai kegiatan yang dapat menguntungkan secara ekonomi. Masyarakat diberikan kesempatan untuk memasarkan produk-produk local serta membantu mereka untuk meningkatkan keterampilan dan pengadaan modal bagi usaha-usaha yang mendatangkan keuntungan;
8. Sarana dan prasarana yang dibutuhkan perlu dipersiapkan secara baik untuk menunjang kelancaran pariwisata. Pengadaan perbaikan jalan, telepon, angkutan, pusat perbelanjaan wisata dan fasilitas lain disekitar lokasi DTW sangat diperlukan.

Dengan memperhatikan hal-hal tersebut dapat membantu dalam pengembangan pariwisata yang dapat menunjang pertumbuhan ekonomi di sekitar daerah tujuan wisata (DTW). Faktor internal dan eksternal, pariwisata dapat menghasilkan pendapatan yang luar biasa bagi suatu daerah terutama apabila dikelola dengan baik

F. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Pariwisata

1. Faktor Pendukung

Faktor pendorong adalah hal atau kondisi yang dapat mendorong atau menumbuhkan suatu kegiatan, usaha atau produksi (Kamus Besar Bahasa Indonesia Online). Modal kepariwisataan (*torism assets*) sering disebut sumber kepariwisataan (*tourism resources*). Suatu daerah atau tempat hanya dapat menjadi tujuan wisata kalau kondisinya sedemikian rupa, sehingga ada yang dikembangkan menjadi atraksi wisata. Apa yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan (Setianingsih, 2006 : 39). Modal kepariwisataan itu mengandung potensi untuk dikembangkan menjadi atraksi wisata, sedang atraksi wisata itu sudah tentu harus komplementer dengan motif perjalanan wisata. Maka untuk menemukan potensi kepariwisataan suatu daerah harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan.⁴⁵

Menurut Soekadijo dalam Setianingsih (2006:39) modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan ada tiga diantaranya :

- a. Modal dan potensi alam, alam merupakan salah satu faktor pendorong seorang melakukan perjalanan wisata karena ada orang berwisata hanya sekedar menikmati keindahan alam, ketenangan alam, serta ingin menikmati keaslian fisik, flora dan faunanya.

⁴⁵ Angga Pradikta, Strategi Pengembangan Obyekwisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2013).

- b. Modal dan potensi kebudayaannya. Yang dimaksud potensi kebudayaan disini merupakan kebudayaan dalam arti luas bukan hanya meliputi adat istiadat dan segala kebiasaan yang hidup di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Sehingadiharapkan wisatawan atau pengunjung bisa tertahan dan dapat menghabiskan waktu ditengah-tengah masyarakat dan kebudayaannya yang dianggap menarik.
- c. Modal dan potensi manusia. Manusia dapat dijadikan atraksi wisata yang berupa keunikan-keunikan adat istiadat maupun kehidupannya jangan sampai martabat dari manusia tersebut direndahkan sehingga kehilangan martabatnya sebagai manusia.⁴⁶

2. Faktor Penghambat

Menurut Moh Reza Tirtawinata selain masalah konsep pengembangan sebuah obyek agrowisata, masalah didalam pengelolaan agrowisata juga perlu dicari jalan keluarnya. Berikut beberapa hal yang perlu dijadikan perhatian diantaranya:

- a. Potensi yang belum dikembangkan sepenuhnya

Potensi agrowisata yang besar dan terbesar diwilayah indonesia hingga saat ini belum dikembangkan sepenuhnya. Hal ini disebabkan masih terbatasnya jangkauan dan kemampuan pengelola agrowisata. Selain itu, data mengenai potensi potensi

⁴⁶ Ibid.

obyek agrowisata belum memiliki dan belum ada inventarisasi obyek agrowisata yang telah ada. permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan agrowisata yakni belum siapnya jaringan transportasi ke lokasi, belum memadainya fasilitas tempat tujuan, serta belum disiapkannya lokasi tersebut untuk menjadi daerah pertanian sekaligus daerah wisata.

b. Promosi dan pemasaran agrowisata yang masih terbatas

Hingga saat ini untuk memperkenalkan potensi agrowisata indonesia kepada wisatawan domestik ataupun mancanegara masih terbatas. Indonesia belum mampu menyediakan dana yang cukup besar untuk promosi maupun informasi kepariwisataa. Apabila dibandingkan dengan negara ASEAN yang lain, dana promosi dinegara kita ternyata masih relatif rendah. Usaha yang perlu dilakukan untuk mengatasi permasalahan ini adalah memanfaatkan jalur-jalur promosi yang memungkinkan. Jalur promosi tersebut dapat berupa kerjasama dengan biro perjalanan wisata internasional, lembaga pariwisata pemerintah, penggunaan media audio visual, media cetak, dan lain-lain.

c. Kurangnya kesadaran pengunjung terhadap lingkungan

Pengunjung obyek agrowisata berasal dari berbagai usia dan kalangan yang mempunyai tingkah laku yang berbeda. Sebagian memang telah memiliki kesadaran untuk menjadi

pengunjung yang baik. Namun, tidak dapat dipungkiri ada juga pengunjung yang kesadaran akan lingkungan masih kurang. Sejumlah dana telah dikeluarkan oleh pengunjung sebagai bea masuk kadang dijadikan dasar bahwa pengunjung berhak melakukan apa saja yang disukainya. Kondisi ini menjadi problem tersendiri bagi pengelola agrowisata yang perlu diantisipasi.

d. KoorDinasi yang belum berkembang

Sebagian besar agrowisata yang ada saat ini dikelola oleh instansi pemerintah dengan dana dan personalia yang terbatas. Padahal pengembangan agrowisata menyangkut berbagai instansi yang terkait baik swasta maupun pemerintah. Untuk itu, perlu adanya koorDinasi dari semua pihak yang berkepentingan. Kurangnya koorDinasi antar instansi yang bertanggung jawab mengelola seringkali mengakibatkan perkembangan agrowisata tidak sesuai dengan konsep yang seharusnya. Hal ini dapat menyulitkan pemantauan dan pengawasan terhadap pengembangan agrowisata selanjutnya

e. Terbatasnya kemampuan manajerial di bidang agrowisata

Manajerial merupakan komponen yang dibutuhkan untuk semua kegiatan usaha. Menejemen yang baik dalam promosi, perencanaan, pemasaran maupun pengembangan

produk agrowisata sangat mempengaruhi keberhasilan upaya peningkatan arus pengunjung. Namun, pengelolaan agrowisata di Indonesia masih sangat terlihat kurang profesional. Hal ini mungkin disebabkan karena kurangnya kuantitas maupun kualitas dari tenaga kerja yang ada sehingga mereka kurang menguasai permasalahan.

f. Belum adanya peraturan yang lengkap

Peraturan dan tatacara perusahaan agrowisata hingga saat ini digarap belum digarap secara utuh. Peraturan untuk pembuatan agrowisata belum belum tertuang secara teknis. Mengingat obyek wisata ini memiliki peluang besar untuk dikembangkan secara luas perlu kiranya pedoman sebagai acuan yang digunakan pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan wisata.⁴⁷

G. Peran Pemerintah

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Daerah sebagai salah satu Dinas daerah adalah organisasi pariwisata daerah yang merupakan bagian dari Dinas daerah dan daerah lainya sebagai unsur pelaksana daerah lainya sebagai unsur pelaksana daerah dalam menjalankan pembangunan dan pemerintahan daerah di sektor pariwisata. Pembentukan susunan organisasi dan formasi Dinas

⁴⁷ Lisa Putri Rahmalia, Analisis Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi pada Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan), (Lampung: UIN Raden Intan, 2017)

Kebudayaan dan Pariwisata di tetapkan dalam peraturan daerah, sesuai dengan pedoman yang ditetapkan oleh Menteri Dalam Negeri. Urusan yang telah diselenggarakan Dinas-Dinas daerah adalah urusan-urusan yang telah menjadi urusan rumah tangga daerah.⁴⁸

Sebagaimana telah diterima secara luas, pemerintah mempunyai peran strategis dalam melakukan inisiasi pembangunan industry wisata, dimulai dari melakukan promosi dan sosialisasi. Maksud dan tujuan pembangunan sektor wisata, merencanakan, mengatur, dan melakukan regulasi sektor wisata adalah peran pemerintah. Hanya sebuah Lembaga yang mempunyai kewenangan dan bukan perorangan, yang dapat melakukan perencanaan jangka panjang dan melindungi perencanaan tersebut dengan peraturan-peraturan yang mengikat masyarakat.⁴⁹

Pengukuran yang efektif untuk mengontrol perencanaan tersebut hanya dapat terjadi dan sukses jika melibatkan pihak-pihak terkait, seperti pemerintah daerah, politikus lokal/daerah, *stakeholder*, dan masyarakat. *Guidelines* bagi peran pemerintah dalam merencanakan dan implementasi wisata berkelanjutan telah dikembangkan dalam konverensi di Vancouver, Canada pada bulan Maret 1990. Peran pemerintah setidaknya mencakup beberapa hal berikut:⁵⁰

⁴⁸ Hugo Itamar, Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tana Toraja, (Makasar: Universitas Hasanudin, 2016), hlm 23.

⁴⁹ Luchman Hakim, *Dasar-Dasar Ekowisata*, (Malang: Bayumedia, 2004), hlm 141.

⁵⁰ *Ibid*, hlm 142.

1. Menjamin bahwa departemen-departemen dalam pemerintahan yang terkait dengan wisata harus memperhatikan dan mengaplikasikan konsep pembangunan berkelanjutan. Kementrian-kementrian terkait, seperti kementrian lingkungan hidup, harus bekerjasama untuk mencapai pembangunan wisata berkelanjutan.
2. Menjamin bahwa perjanjian-perjanjian atau aturan pembangunan wisata, baik pada skala nasional maupun lokal harus, harus menekankan kebijakan pembangunan berkelanjutan.
3. Menyertakan agenda wisata dalam perencanaan penggunaan bentang lahan Kawasan.
4. Menyelenggarakan dan menanggung pembiayaan kajian-kajian di bidang lingkungan hidup, budaya, dan ekonomi yang terkait dengan wisata.
5. Mendukung pengembangan model-model ekonomi bagi wisata, untuk membantu merumuskan skala yang tepat dan tipe-tipe wisata dikawasan kota dan alamiah.
6. Mengembangkan standar-standar dan regulasi bagi penilai dampak lingkungan dan budaya, serta melakukan *monitoring* terhadap aktivitas wisata yang sedang berlaku atau yang sedang direncanakan. Selain itu, menjamin bahwa daya dukung lingkungan sektor wisata masih berada dalam batas kesinambungan dapat tercapai, kemudian dilakukan *monitoring* yang diatur secara benar.
7. Mengaplikasikan system akuntansi lingkungan, baik sectoral maupun regional dalam industry wisata.

8. Membentuk dewan wisata yang terdiri atas seluruh komponen *stakeholder* (masyarakat local, LSM, industry) dan melakukan Teknik-teknik yang menyangkut mekanisme dan implementasi konsultasi publik. Sehingga, dapat melibatkan seluruh komponen *stakeholder* dalam keputusan tentang wisata.
9. Menjamin bahwa wisata masih dalam koridor perencanaan yang memenuhi tuntutan konservasi lingkungan dan ekonomi.
10. Mendesain dan mengimplementasikan Pendidikan dan program-program kepedulian untuk menjamin sustainability wisata.
11. Mengembangkan sebuah desain dan cara standar untuk menjamin bahwa proyek-proyek pembangunan wisata tidak mengganggu budaya lokal dan lingkungan alamiahnya.
12. Menegakkan peraturan-peraturan yang berkaitan dengan pandangan gelap terhadap benda-benda bersejarah dan benda-benda cagar budaya lainnya
13. Melakukan regulasi dan control wisata pada area-area yang secara alamiah dan budaya bersifat sensitive.

Menurut UN-WTO, peran pemerintah dalam menentukan kebijakan pariwisata sangat strategis dan bertanggung jawab terhadap beberapa hal berikut.⁵¹

1. Membangun kerangka (*framework*) operasional dinamis sektor publik dan swasta terlibat dalam menggerakkan denyut pariwisata.

⁵¹ I Gede Pitana Dan I Ketut Surya Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata.*, *Op. Cit*, hlm 113.

2. Menyediakan dan memfasilitasi kebutuhan legislasi, regulasi, dan kontrol yang diterapkan dalam pariwisata, perlindungan lingkungan, dan pelestarian budaya serta warisan budaya.
3. Menyediakan dan membangun infrastruktur transportasi darat, laut dan udara dengan kelengkapan prasarana komunikasinya.
4. Membangun dan memfasilitasi peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan menjamin pendidikan dan pelatihan yang professional untuk menyuplai kebutuhan tenaga kerja sektor pariwisata.
5. Menerjemahkan kebijakan pariwisata yang disusun ke dalam rencana kongkret yang termasuk didalamnya: (a) evaluasi kekayaan asset pariwisata, alam dan budaya serta mekanisme perlindungan dan pelestariannya; (b) identifikasi dan kategorisasi produk pariwisata yang mempunyai keunggulan kompetitif dan komparatif; (c) menentukan persyaratan dan ketentuan penyediaan infrastruktur dan suprastruktur yang di butuhkan yang akan berdampak pada keragaan (*performance*) pariwisata, dan; (d) mengelaborasi program untuk pembiayaan dalam aktivitas pariwisata, baik untuk sektor public maupun swasta.

A. Penelitian Terdahulu

1. “Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandar Lampung (Studi Pada Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung)”. Penelitian ini dilakukan oleh Arfianti Nur Sa'idah. Penelitian ini mengungkap bahwa Pendapatan Asli Daerah

(PAD) merupakan gambaran potensi keuangan daerah. Terdapat berbagai sektor yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah, diantaranya adalah: sektor pariwisata. Kota Bandar Lampung memiliki banyak obyek wisata yang perlu dikembangkan guna dijadikan sebagai peluang untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan pariwisata dari Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung dalam meningkatkan PAD Kota Bandar Lampung dan bagaimana tinjauan perspektif ekonomi islam tentang strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan PAD Kota Bandar Lampung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan pariwisata yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung dalam meningkatkan PAD Kota Bandar Lampung dan bagaimana tinjauan perspektif ekonomi islam tentang strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan PAD Kota Bandar Lampung. Penelitian ini bersifat deskriptif analisis. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Strategi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung sebagai berikut: (1) membagi kawasan wisata menjadi 5 zona yaitu zona wisata alam, zona wisata bahari, zona wisata wisata belanja, zona wisata hiburan, zona wisata budaya (2) pengembangan lahan lahan terbagun dengan koefisien dasar bangunan (KDB) (3) mengembangkan kawasan jasa industri pariwisata (4)

memenuhi kebutuhan jaringan sarana dan prasarana di kawasan wisata (5) mengembangkan industri kreatif (6) membentuk Bandar Lampung *Tourism Information Centre* (TIC), event-event wisata, serta promosi lainnya. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah upaya pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung dapat dikatakan tidak semua terlaksana dengan maksimal karena saat ini belum ada obyek wisata yang dikelola secara mandiri oleh Dinas Pariwisata melainkan masih dikelola secara pribadi oleh masyarakat. Namun pendapatan asli daerah (PAD) Kota Bandar Lampung tetap mengalami peningkatan karena didukung dari kontribusi sektor pariwisata berupa pajak hotel, pajak restoran, dan pajak hiburan. Secara umum pariwisata di Kota Bandar Lampung telah sesuai dengan prinsip-prinsip pariwisata syariah, hal tersebut dibuktikan dengan adanya pelayanan yang prima terhadap pengunjung atau wisatawan, tersedianya makanan dan minuman yang halal, serta tersedianya tempat ibadah yang bersih dan nyaman. Pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung, sudah memiliki beberapa obyek pariwisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yaitu sebesar 44% tetapi masih banyak obyek pariwisata lainnya yang belum sesuai dengan standar pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya yakni sebesar 54%.⁵²

⁵² Arfianti Nur Sa'idah, Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandar Lampung (Studi Pada Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung), (Lampung: UIN Raden Intan, 2017)

Perbedaan penelitian yang akan diteliti pada penelitian ini tidak hanya berfokus hanya dalam satu obyek wisata melainkan secara keseluruhan, sedangkan dalam penelitian yang diteliti hanya membahas tentang satu obyek saja yaitu Pantai Gemah. Pada penelitian ini juga meneliti tentang pengaruhnya pada Pendapatan Asli Daerah (PAD), sedangkan pada penelitian yang diteliti membahas dampak pariwisata terhadap lingkungan, dampak pariwisata terhadap budaya, dampak pariwisata terhadap ekonomi. Penelitian ini berada di Kabupaten Mojokerto, sedangkan pada penelitian yang diteliti di Kabupaten Tulungagung.

2. Penelitian berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sumedang Di Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan”. Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Arif dan Alexander Syam. Penelitian ini berawal dari permasalahan pengembangan pariwisata pantai sumedang yaitu kurang terawatnya fasilitas umum, belum tersedianya sarana dan prasarana objek wisata, tidak tersedianya akomodasi dan transportasi khusus menuju objek wisata dan masyarakat yang belum sadar wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan objek wisata Pantai Sumedang di Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Dan teknik pengumpulan data di peroleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan dengan Dinas Pariwisata, Bappeda, masyarakat, alim ulama, wali nigari serta pengunjung. Analisis data untuk

menentukan strategi pengembangan objek wisata dilakukan analisis SWOT (*Strengths/* kekuatan, *Weakness/* kelemahan, *Opportunities/* peluang, dan *Threats/* Ancaman). Temuan penelitian menunjukkan strategi pengembangan objek wisata pantai sumedang di kecamatan ranah pesisir, Kabupaten pesisir selatan adalah 1) melakukan pemberdayaan, penyuluhan agar menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya masyarakat sadar wisata, 2) melakukan koorDinasi dengan pihak Swasta untuk menanamkan modal, 3) mengembangkan atraksi wisata, 4) memperbaiki dan mengadakan fasilitas sarana prasarana objek wisata, 5) membangun dan mengadakan Aksesibilitas pariwisata.⁵³

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada penelitian ini hanya membahas strategi pengembangan pariwisata, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti selain membahas strategi Dinas pariwisata juga membahas dampak pariwisata terhadap lingkungan, dampak pariwisata terhadap budaya, dampak pariwisata terhadap ekonomi. Dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT sedangkan yang akan diteliti menggunakan strategi secara umum. Obyek wisata yang diteliti pada penelitian ini berada di Pantai Sumedang Kabupaten Pesisir Selatan, sedangkan pada penelitian yang diteliti adalah obyek wisata Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.

⁵³ Muhammad Arif dan Alexander Syam, *Srategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sumedang Di Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan*, "Jurnal Kepemimpinan Dan Pengurusan Sekolah", vol. 2 no. 2, Tahun 2012, hlm 191-200.

3. Penelitian berjudul “Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Pesisir Barat”. Penelitian ini dilakukan oleh Wardana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi dan strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat. Tipe penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan penelitian ditentukan secara purposive. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan triangulasi data. Data disajikan dan di analisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Hasil dari penelitian ini adalah Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat mempunyai strategi untuk mengembangkan potensi pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat. Strategi pengembangan yang dilakukan adalah sebagai berikut; *Man*, untuk memaksimalkan SDM di Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat mengingat dari segi kuantitas masih belum maksimal, Dinas Pariwisata bekerja sama dengan stakeholder seperti komunitas, agent, blogger dan membentuk badan promosi pariwisata guna menunjang pemasaran pariwisata. *Money*, anggaran yang digunakan untuk mengembangkan pariwisata meliputi Dana Alokasi Khusus (DAK), mengingat DAK Kabupaten Pesisir Barat yang masih terbilang kecil, Dinas Pariwisata bekerjasama dengan sektor swasta dalam penyediaan akomodasi dan kuliner di kawasan objek wisata Kabupaten Pesisir Barat. *Material*, untuk

mengoptimalkan infrastruktur di kawasan wisata dan mendorong daya saing wisata Dinas Pariwisata menerapkan skema kemitraan antara pemerintah dan swasta serta mengembangkan penerapan skema kemandirian pengelolaan pariwisata. *Method*, pengembangan fisik meliputi meningkatkan infrastruktur sarana dan prasarana sebagai destinasi wisata baru atau rintisan dan kawasan pariwisata yang akan dikembangkan serta meningkatkan fasilitas penunjang kegiatan pariwisata. *Market*, melaksanakan event-event seperti pameran dalam dan luar daerah dan berkerja sama dengan media (facebook, website, instagram) guna meningkatkan promosi pariwisata.⁵⁴

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada penelitian ini selain membahas strategi juga membahas potensi, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti membahas strategi dan dampak pariwisata terhadap lingkungan, dampak pariwisata terhadap budaya, dampak pariwisata terhadap ekonomi. Pada penelitian ini penulis tidak berfokus hanya dalam satu obyek wisata melainkan secara umum atau keseluruhan, sedangkan dalam penelitian yang diteliti hanya membahas satu obyek wisata yaitu Pantai Gemah. Penelitian ini berada di Kabupaten Pesisir Barat, sedangkan pada penelitian yang diteliti berada di Kabupaten Tulungagung.

4. Penelitian ini berjudul “Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng”. Penelitian ini dilakukan oleh Ian

⁵⁴ Wardana, Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Pesisir Barat, (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2017).

Asriandy. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pengembangan dan implementasi strategi pengembangan yang teridentifikasi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng yang terdiri dari beberapa dimensi-dimensi, yakni Tujuan, Kebijakan, dan Program yang akan menghasilkan suatu strategi dari beberapa definisi strategi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Jenis data terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder berasal dari dokumen laporan, peraturan-peraturan yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, tulisan serta hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Obyek Wisata. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng adalah Strategi sebagai Rencana. Adapun beberapa implementasi strategi pengembangan yang teridentifikasi yang dilakukan yakni, (1) Pengembangan yang dilakukan harus terfokus pada satu titik, (2) Keterlibatan semua elemen-elemen yang terkait, (3) Mengidentifikasi secara menyeluruh terhadap obyek yang akan dikembangkan, (4) Melakukan pelatihan-pelatihan baik pemandu wisata, pelaku wisata, dan pengelola wisata, (5) koorDinasi yang terus dilakukan kepada pemerintah dan warga sekitar kawasan obyek wisata.⁵⁵

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada penelitian ini hanya membahas penerapan strategi

⁵⁵ Ian Asriandy, Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng, (Makasar: Universitas Hasanudin, 2016)

pengembangan pariwisata, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti membahas dampak strategi Dinas Pariwisata. Obyek wisata yang diteliti pada penelitian ini berada Obyek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng, sedangkan pada penelitian yang diteliti adalah obyek wisata Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.

5. Penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran (Studi Kasus di Kabupaten Pangandaran)”. Penelitian ini dilakukan oleh Khairunia Afsari Nurfadilah. Hasil penelitian ini adalah pengembangan industry pariwisata mempunyai pengaruh yang cukup kuat terhadap perkembangan wilayah didaerah sekitar obyek wisata. Sama halnya dengan pariwisata di Kabupaten Pangandaran, sektor pariwisata bertindak sebagai sektor utama, yaitu sektor unggulan yang mampu meningkatkan perekonomian daerah. Penelitian ini dilakukan di Obyek Wisata Pantai Pangandaran serta instansi terkait yaitu Dinas Pariwisata Peruntrian Perdagangan Koperasi dan Usaha mikro kecil dan Menengah dan *stakeholders* terkait. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan manfaat pariwisata dengan gambaran strategi pengembangan pariwisata Pantai Pangandaran yang berbasis masyarakat atau komunitas. Metode penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dan Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data dan penyajian data. Hasil penelitian menunjukkan, terdapat empat faktor yang menjadi dasar dalam menentukan

strategi pengembangan pariwisata Pantai Pangandaran. Keempat faktor tersebut adalah kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dengan keterlibatan masyarakat sebagai pelaku usaha pariwisata yang kebermanfaatannya kegiatan pariwisata sebesar-besarnya diperuntukan bagi masyarakat. Kesimpulan penelitian ini berdasarkan analisis keempat faktor tersebut dihasilkan 4 strategi yaitu strategi SO (1) melakukan pembinaan atau sosialisasi pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan promosi yang baik guna meningkatkan jumlah wisatawan (2) menyelenggarakan event-event budaya dan pariwisata untuk mendatangkan investor agar pengelolaan pariwisata Pantai Pangandaran lebih baik (3) program pemberdayaan masyarakat dengan melibatkan masyarakat sebagai pelaku utama pariwisata, Strategi WO (1) program pemeliharaan lingkungan dan kebersihan pantai secara rutin (2) kebijakan tentang aturan penempatan perahu-perahu nelayan dan perahu wisata (3) kebijakan penataan warung dan pedagang yang belum sesuai dengan peruntukan tata guna lahan, Strategi ST (1) program pemeliharaan potensi alam dan potensi wisata yang ada (2) pemerintah daerah dan masyarakat bekerjasama mengelola Pantai Pangandaran, dan Strategi WT (1) meningkatkan kesadaran masyarakat dan wisatawan pentingnya kebersihan pantai (2) melakukan pembinaan kepada para pedagang dan warung (3) memperkuat komunitas dan kelompok masyarakat wisata. Dengan strategi prioritas adalah Strategi SO dan Strategi WO.⁵⁶

⁵⁶ Kharunia Afsari Nurfadilah, Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran

Perbedaan penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT sedangkan pada penelitian menggunakan penelitian strategi secara umum.. Obyek wisata yang di teliti pada penelitian ini berada di Pantai Pangandaran di Kabupaten Pangandaran, sedangkan pada penelitian yang diteliti adalah obyek wisata Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung

6. Penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (studi pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto)”. Penelitian ini dilakukan oleh Febrianti Dwi Cahya, Mardiyono, Stefanus Pani Rengu. Penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis kondisi pariwisata, Strategi pengembangan sektor pariwisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata, dan faktor apa saja yang mendukung dan menghambat dalam pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Mojokerto. Namun sektor pariwisata masih memiliki beberapa kendala sehingga diperlukan adanya strategi pengembangan pariwisata oleh pemerintah daerah terhadap pendapatan asli daerah. Untuk mengetahui strategi pengembangan pariwisata oleh pemerintah daerah terhadap pendapatan asli daerah maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat tiga strategi yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata

Kabupaten Mojokerto dalam pengembangan pariwisata di daerah terhadap pendapatan asli daerah antara lain, pengembangan obyek wisata, promosi wisata, dan pembinaan usaha pariwisata. Namun di dalam penerapan strategi tersebut terdapat faktor pendukung dan penghambat yang muncul baik secara internal maupun eksternal. Strategi yang dilakukan Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto yaitu (1) pengembangan obyek wisata (2) promosi wisata (3) pembinaan usaha pariwisata.⁵⁷

Perbedaan penelitian yang akan diteliti pada penelitian ini tidak hanya berfokus hanya dalam satu obyek wisata melainkan secara keseluruhan, sedangkan dalam penelitian yang diteliti hanya membahas tentang satu obyek saja yaitu Pantai Gemah. Pada penelitian ini juga meneliti tentang pengaruhnya pada Pendapatan Asli Daerah (PAD), sedangkan pada penelitian yang diteliti membahas dampak pariwisata terhadap lingkungan, dampak pariwisata terhadap budaya, dampak pariwisata terhadap ekonomi. Obyek wisata yang diteliti pada penelitian ini berada di Kabupaten Mojokerto, sedangkan pada penelitian yang diteliti adalah obyek wisata Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.

7. Penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tana Toraja”. Penelitian ini dilakukan oleh Hugo Itamar, A. Samsu Alam, Rahmatullah. Penelitian ini menggambarkan tentang strategi

⁵⁷ Febrianti Dwi Cahya, Mardiyono, Stefanus Pani Rengu, Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (studi pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto), Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 2, No. 2, Hal. 325-331

pengembangan pariwisata yang direncanakan dan dilakukan oleh Dinas kebudayaan dan pariwisata yaitu strategi dasar yang bersifat *multiplier effect*, strategi terkait dengan pengelolaan interest pariwisata, strategi keterkaitan dan pengembangan produk, strategi pemantapan pemasaran, strategi pengembangan sumber daya manusia, strategi spasial pengembangan wisata, strategi pengembangan pariwisata bidang distribusi. Dimana dari 7 strategi ini telah dilaksanakan dalam waktu 2011-2016. Akan tetapi ada strategi yang belum berjalan maksimal sehingga hasil yang di inginkan belum tercapai dengan baik. Kemudian Alam, budaya, masyarakat, obyek wisata, dan promosi pasar wisata menjadi pendukung pariwisata Tana Toraja. Akses jalan, sarana, sumber daya manusia, peraturan dan landasan hukum, pengelola obyek wisata, menjadi faktor yang menghambat jalannya pelaksanaan strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Tana Toraja.⁵⁸

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada penelitian ini penulis tidak berfokus hanya dalam satu obyek wisata melainkan secara umum atau keseluruhan, sedangkan dalam penelitian yang diteliti hanya membahas satu obyek wisata yaitu Pantai Gemah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah faktor penghambat dan faktor pendukung. Obyek wisata yang diteliti pada penelitian ini berada di Kabupaten Tana Toraja, sedangkan

⁵⁸ Hugo Itamar, A. Samsu Alam, Rahmatullah, Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tana Toraja, "Government: Jurnal Ilmu Pemerintahan", Vol. 7 No. 2, Juli 2014, ISSN 1979-5645, hlm 91-108.

pada penelitian yang diteliti adalah obyek wisata Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.

8. Penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah”. Penelitian ini dilakukan oleh Angga Pradikta. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Peneliti akan menggambarkan tentang keadaan di lapangan dan mengajukan sebuah strategi pengembangan sebagai bahan rekomendasi bagi Pemerintah Daerah. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang melakukan kegiatan wisata di Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah pada tahun 2013. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *insidental random sampling*. Untuk mengetahui besarnya ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, digunakan rumus pendekatan slovin dengan sampel 100 responden. Berdasarkan kekuatan, kelemahan, kekuatan dan ancaman yang dimiliki oleh Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah maka diperoleh strategi yang bisa dilakukan oleh pemerintah : (1) meningkatkan promosi pariwisata (2) meningkatkan sarana dan prasarana serta infrastruktur (3) memanfaatkan potensi yang ada yang dimiliki obyek wisata waduk Gunungrowo. Hasil penelitian menunjukkan dalam *Matrix Grand Strategy* terlihat posisi pengembangan sektor pariwisata di Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah berada di posisi Strategi Pertumbuhan, yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki. Dalam diagram menunjukkan bahwa

titik potong (1,39;0,91) berada pada kuadran I, dimana situasi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah. Perolehan rata-rata kontribusi Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah terhadap Pendapatan Asli Daerah tahun 2007-2011 adalah 0,000136 %. Faktor pendorong pengembangan: potensi alam, sumber air yang melimpah, kondisi keamanan yang baik, suasana obyek wisata yang memberikan kenyamanan, jarak tempuh obyek wisata yang dekat dengan kota. Faktor penghambat: program pengembangan obyek wisata yang masih sederhana, keterbatasan anggaran untuk biaya sarana dan prasarana obyek wisata, promosi obyek wisata yang masih kurang, keadaan jalan yang kurang baik, kurangnya tenaga kerja yang profesional dalam pengelolaan obyek wisata.⁵⁹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada penelitian ini membahas tentang pendapatan asli daerah (PAD), sedangkan pada penelitian yang diteliti membahas dampak strategi pengembangan Dinas Pariwisata. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT sedangkan pada penelitian menggunakan penelitian strategi secara umum. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti menggunakan metode kualitatif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah faktor penghambat dan faktor pendukung. Obyek wisata

⁵⁹ Angga Pradikta, Strategi Pengembangan Obyekwisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2013).

yang diteliti pada penelitian ini berada di obyek wisata waduk Gunungrowo Kabupaten Pati, sedangkan pada penelitian yang diteliti adalah obyek wisata Pantai Gemah di Kabupaten Tulungagung.

B. Kerangka Berfikir

Dalam rangka melaksanakan aturan pengelolaan dan pengembangan secara baik dan benar maka pemerintah daerah yang diwakili DISBUDPAR (Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata) berwenang menjalankan otonomi daerah dalam bidang kebudayaan dan pariwisata haruslah memiliki tujuan yang lebih baik, dalam mencapai tujuan tersebut dibutuhkan strategi yang matang untuk mencapai tujuan tersebut, selanjutnya akan direalisasikan sebagai program kerja sebagai pedoman kegiatan kerja. Seluruh rangkaian tersebut pasti memiliki faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan pengembangan tersebut. Dalam pengembangan pariwisata pasti akan menimbulkan dampak-dampak dari pengembangan kawasan wisata tersebut.

Gambar 2.1

SKEMA KERANGKA BERFIKIR

