

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, Riyanto. ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH

(Studi Kasus Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Daerah Nganjuk)

Kabupaten Nganjuk sebagai salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi wisata cukup banyak dengan prospek ke depan sangat menjanjikan. Objek wisata yang dikembangkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk antara lain wisata alam Air Terjun Sedudo, Air Merambat Roro kuning, Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL), dan yang terakhir Goa Margo Tresno. Tetapi kurangnya peran dari pemerintah daerah yang belum maksimal dalam mempromosikan wisata tersebut sehingga dimungkinkan potensi-potensi objek wisata tersebut tidak dapat berkembang secara optimal. Begitu banyaknya hambatan dan rintangan yang harus dihadapi terutama jika tidak didukung oleh masyarakat sekitar tempat wisata tersebut. Di sinilah pentingnya peraturan dan kesadaran dari pemerintah daerah yang melaksanakan pembangunan di sektor pariwisata. Sektor pariwisata memerlukan suatu strategi yang dengan pola pengembangan kepariwisataan yang terencana atau tersusun agar potensi yang dimiliki bisa dikembangkan secara optimal. Di dalam memajukan sektor pariwisata di tingkat daerah peran pemerintah daerah sebagai motor penggerak dan selanjutnya memberikan kewenangan penuh kepada dinas pariwisata dan kebudayaan daerah Kabupaten Nganjuk dalam menentukan strategi-strategi pembangunan kepariwisataan.

Penelitian ini merupakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, menggambarkan tentang analisis strategi pengembangan di sektor pariwisata daerah di Kabupaten Nganjuk beserta faktor penghambatnya dalam pengembangan pariwisata di daerahnya.

Fokus dari penelitian ini adalah :

Strategi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk dalam mengembangkan pariwisata daerah, yang meliputi:

- a) penyediaan sarana dan prasarana pariwisata.
- b) pengembangan objek wisata daerah.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model analisis deskriptif yang dikembangkan oleh Miles dan Hubberman (2007, h.289) yang mengemukakan bahwa ada tiga kelompok analisis yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Deddy Prasetya Maha Rani. PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur
(Studi Kasus Pada Pantai Lombang)

Pemerintah daerah Kabupaten Sumenep saat ini telah mengembangkan potensi pariwisata Sumenep yang dinilai mampu menjadi daya saing bagi wisata-wisata di daerah lain guna menghadapi pasar bebas asean yang dimana didalamnya melibatkan pariwisata sebagai salah satu mediana untuk itulah pariwisata di Indonesia saat ini juga mengalami pengembangan yang cukup besar dan luas tidak terkecuali di Sumenep khususnya Pantai Lombang, Pantai Lombang yang menjadi salah satu kekayaan alam di Sumenep juga memiliki cara ataupun strategi dalam pengembangan pariwisatanya meski belum secara besar dalam pengembangannya tetapi sudah cukup baik sebab selama ini pemerintah, pihak swasta serta masyarakat telah bersama-sama dalam meningkatkan pengembangan Pantai Lombang maka dengan strategi yang telah dijalankan saat ini seperti promosi, kegiatan-kegiatan yang melibatkan komunitas (Touring) dan adanya perbaikan/pembangunan infrastruktur pendukungnya. Pantai Lombang yang merupakan objek wisata di Sumenep mempunyai banyak sekali keindahan-keindahan alamnya, dengan pengembangan potensi pariwisata di Indonesia saat ini Pantai Lombang juga perlu meningkatkan pariwisatanya sebab bila dikembangkan dengan baik Kabupaten Sumenep dan wisata yang ada di dalamnya secara tidak langsung akan meningkat juga jika semua pihak ikut terlibat dalam pengembangannya. Pantai Lombang saat ini telah mengalami kemajuannya tetapi masih adanya pekerjaan yang diperlu dilakukan oleh pemerintah daerah selaku penanggung jawab serta pihak-pihak dari Pantai Lombang seperti UPT, Masyarakat dan pengusaha sebab dengan kultur budaya yang berbeda dengan daerah yang telah sukses pengembangan potensi pariwisatanya seperti halnya Bali, DIY dan Jakarta. Pantai Lombang masih jauh tertinggal meski kekayaan alam yang cukup melimpah di Sumenep, strategi yang dilakukan pemerintah daerah dalam mengenalkan Pantai Lombang cukup efektif dalam beberapa tahun belakangan ini karena setiap tahunnya Pantai Lombang cukup banyak memberikan pemasukan bagi PAD Kabupaten Sumenep dengan didorong dari pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengembangannya

Pantai Lombang akan menjadi salah satu destinasi yang penting bagi para pengunjung maupun wisatawan yang berkunjung ke Pantai Lombang sebab dengan

banyaknya keunikan-keunikan itu akan menarik jumlah wisatawan yang berkunjung. Pemerintah daerah Kabupaten Sumenep juga ikut memberikan ruang dalam pengenalan serta pengembangan Pantai Lombang dengan adanya pengawasan dan pengelolaan yang baik Pantai Lombang akan mengalami kemajuan dalam sector pariwisata Sumenep, untuk itulah pemerintah daerah harus mampu juga memberikan suatu pandangan baru terhadap masyarakat pesisir Pantai Lombang dan mampu memberikan kesejahteraan yang layak bagi masyarakat sebab saat ini masyarakat di Pantai Lombang masih belum mau menerima pandangan tentang kehidupan pariwisata Pantai mereka beralasan akan merusak kultur yang sudah ada. Kultur budaya Sumenep yang kental akan religinya akan tergerus bila budaya-budaya luar masuk tanpa adanya penyaringan oleh sebab itulah pemerintah daerah Kabupaten Sumenep, pihak-pihak swasta dan Masyarakat harus satu pandang bila ingin pengembangan Pantai Lombang semakin meningkat

Penelitian ini yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah siapa saja yang terlibat dalam pengembangan potensi pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (studi kasus: Pantai Lombang). Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah lembaga dan individu. Lembaga yang dijadikan unit analisis pada penelitian ini adalah Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga. Tokoh Masyarakat, Masyarakat setempat, dan pelaku usaha. Lokasi dalam penelitian ini adalah Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur dengan fokusnya terletak di Pantai Lombang.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam. Pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi sumber data yang dilakukan dengan membandingkan hasil data pengamatan dengan data hasil wawancara dan hasil wawancara dengan dokumen yang terkait, dan analisis data melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Jenny Joehastanti. STRATEGI PEMASARAN WISATA ALAM UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KAWASAN WISATA KABUPATEN KEDIRI

(Studi Kasus Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab Kediri)

Perkembangan obyek wisata di Kabupaten Kediri sangat pesat baik dalam kuantitas maupun kualitasnya. Masing-masing obyek wisata mempunyai daya tarik tersendiri, mulai dari pegunungan, air terjun, bendungan sampai dengan kolam renang beserta jenis-jenis mainan yang ada di dalamnya. Potensi tersebut dihadapkan pada suatu tantangan yang menggembirakan pula, yaitu pertumbuhan usaha dan ekonomi pariwisata yang meningkat. Dengan demikian perlu dipikirkan kebijaksanaan yang tepat dalam perencanaan pariwisata sebagai suatu industri. Kita

ketahui bersama bahwa pariwisata menjadi sektor yang sangat potensial untuk dikembangkan sebagai sektor andalan, karena berdampak luas (multiple effect) dalam pembangunan di berbagai sektor serta diyakini sebagai sebuah industri masa depan yang mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat ke arah yang lebih baik, dipercaya dapat meningkatkan devisa negara dan sekaligus memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat setempat. Ditinjau dari atraksi potensi wisata, Kabupaten Kediri mengalami perkembangan kuantitas dan keragaman daya tarik wisata yang telah menyebar di seluruh daerah Kabupaten Kediri, antara lain :

1. Kawasan wisata besuki air terjun Dolo / Irenggolo (± 30 km dari SLG)
2. Kawasan wisata ziarah Puhsarang (± 9 km dari SLG)
3. Taman wisata air Bendung Gerak (± 9 km dari SLG)
4. Sendang Tirto Kamandanu (± 3 km dari SLG)
5. Wisata Budaya Sri Aji Joyoboyo (± 3 km dari SLG)
6. Monumen Simpang Lima Gumul (SLG)
7. Candi Tegowangi (± 23 km dari SLG)
8. Candi Surowono (± 26 km dari SLG)
9. Kawasan Wisata Ubalan (± 11 km dari SLG)
10. Wisata Gunung Kelud (± 40 km dari SLG)
11. Wisata Arung Jeram K.onto (± 30 km dari SLG)

Ditinjau dari ketersediaan layanan aksesibilitas pariwisata, infrastruktur sarana dan prasarana transportasi di dalam wilayah Kabupaten Kediri telah berkembang dengan pesat. Sebagaimana diketahui bahwa faktor utama dalam dimensi pariwisata adalah adanya “faktor perjalanan” sehingga tersedianya sarana dan prasarana transportasi baik menuju destinasi Kabupaten Kediri maupun menuju ke masing-masing daya tarik wisata adalah sangat mutlak (Leiper, 1987). Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Data yang dikumpulkan melalui :

1. Analisa Dokumen,
2. Observasi serta,
3. Wawancara.
4. Peran dan dukungan masyarakat sekitar kawasan Wisata Gunung Kelud dan Kabupaten Kediri baik secara langsung maupun tidak langsung. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis SWOT. Dalam proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisa faktor-faktor strategis pemasaran wisata (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisa situasi dan model yang paling populer untuk analisa situasi adalah SWOT.

Riandina Wahyu Oktaviani, Rita Nurmalina Suryana. ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG DAN PENGEMBANGAN FASILITAS WISATA AGRO (Studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti Bogor)

Kebun wisata Pasirmukti merupakan salah satu objek wisata agro yang memiliki fasilitas wisata edukatif khususnya di bidang pertanian, antara lain membajak sawah, menanam padi, memetik buah sendiri, menanam sayur dan memancing ikan. Fasilitas wisata ini ditawarkan dalam bentuk paket berbagai pilihan. Target pasar utama pihak Manajemen Pasirmukti adalah para pelajar khususnya siswa SD dan SLTP. Hal ini sesuai dengan misi utama Kebun Wisata Pasirmukti yakni mengenalkan dunia pertanian sejak dini kepada generasi muda. Oleh karena itu, fasilitas-fasilitas yang didirikan dan kegiatan-kegiatan yang ditawarkan selain memiliki fasilitas penunjang wisata seperti restoran, penginapan, sarana peribadatan, hotel, area kemping, kolam renang dan kolam ikan juga memiliki fasilitas pendidikan pertanian di dalamnya.

Sebagai salah satu obyek wisata agro yang belum lama dikenal oleh umum, Kebun Wisata Pasirmukti dihadapkan pada tantangan untuk dapat menarik hati para wisatawan agar mau berkunjung. Hal ini penting dilakukan karena sebagai salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa, pengunjung merupakan tolok ukur yang paling penting dalam keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, diperlukan suatu penelitian perilaku konsumen untuk mengetahui respon pengunjung melalui analisis kepuasan konsumen.

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengunjung terhadap performance Kebun Wisata Pasirmukti, sedangkan tujuan spesifik adalah: (1) mengkaji tahapan proses pengambilan keputusan pengunjung ke Kebun Wisata Pasirmukti, (2) menganalisis tanggapan responden terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh pihak Manajemen Kebun Wisata Pasirmukti, (3) menganalisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap fasilitas yang ditawarkan oleh pihak Manajemen Kebun Wisata Pasirmukti, dan (4) menganalisis informasi mengenai fasilitas yang perlu ditambahkan.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yakni data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner, wawancara dengan konsumen atau pengunjung, wawancara dengan pihak manajemen, pengamatan langsung di lapang.

Metode pengambilan sampel dari konsumen atau pengunjung dilakukan dengan pendekatan non-probability sampling melalui metode convenience sampling, yaitu ketika responden yang dijadikan sampel sedang berada di lokasi penelitian dan mau diwawancarai. Ada screening di awal kuesioner dimana pengunjung yang dijadikan responden adalah pengunjung yang sudah pernah berkunjung sebelumnya

ke tempat wisata ini minimal satu kali. Ukuran populasi mengacu pada data tingkat kunjungan terbaru yang diperoleh penulis pada saat prasurvei, yakni data kunjungan tahun 2005 yaitu sebanyak 60.338 orang dan persen kelonggaran yang ditentukan adalah sebesar 10 persen. Data sekunder diperoleh dari Asosiasi Wisata Agro Indonesia, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Jakarta, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor, Badan Pusat Statistik, penelitian terdahulu dan berbagai literatur terkait. Penelitian dilakukan di Kebun Wisata Pasirmukti, Jalan Raya Tajur-Pasirmukti Km. 4 Citeureup, Bogor pada bulan Mei – Juli 2006. Penelitian ini menggunakan empat alat analisis. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan proses pengambilan keputusan kunjungan konsumen ke Kebun Wisata Pasirmukti. Importance-Performance Analysis digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut tersebut. Customer Satisfaction Index digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan responden secara keseluruhan.

Stephen Intyaswono, Edy Yulianto, Mukhammad Kholid Mawardi. PERAN STRATEGI CITY BRANDING KOTA BATU DALAM TREND PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu)

Pemasaran negara, kota, ataupun suatu wilayah melalui kegiatan City Branding bertujuan untuk meningkatkan perekonomian negara atau kota tersebut terutama melalui sektor pariwisata. Sektor pariwisata merupakan sektor yang strategis karena dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian, menciptakan lapangan kerja, perkembangan investasi, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penerimaan keuangan negara. Negara Indonesia sendiri jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Fenomena trend kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun yang terus meningkat membuat banyak kota-kota di Indonesia khususnya Jawa Timur berlomba-lomba untuk mengembangkan daerahnya menjadi kota wisata, termasuk kota Batu. Kota Batu memiliki peluang untuk lebih dikembangkan sebagai daerah wisata yang lebih menarik, hal ini didasarkan pada kondisi alam dan letak geografis yang sangat mendukung. banyaknya destinasi wisata yang dimiliki oleh Kota Batu membuat meningkatnya kunjungan wisatawan khususnya wisatawan mancanegara yang berkunjung.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan mendeskripsikan dan menganalisis tentang implementasi strategi city branding Kota Batu yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Batu. Penelitian dilaksanakan di kantor Dinas Pariwisata, Jl. Sultan Agung no 5, Kota Batu.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penelitian lapangan untuk mendapatkan informasi maupun data melalui wawancara, pengumpulan data kunjungan, dan dokumentasi.

Tabel 2.1.1

Rekapitulasi Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode yang digunakan	Hasil Penelitian
Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, Riyanto 2011	Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Kasus Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Daerah Nganjuk)	Peneitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.	Pemerintah Kab Nganjuk kurang optimal dalam mengembangkan potensi yang dimiliki setiap objek wisata di Nganjuk. Belum adanya aturan hukum atau peraturan daerah (PERDA) yang mengatur khusus tentang strategi pengembangan sektor pariwisata di daerah Kabupaten Nganjuk.
Deddy Prasetya Maha Rani 2014	Pengembangan Potensi Pariwisata Kab Sumenep, Madura, Jawa Timur	Pendekatan deskriptif. Fokus penelitian yaitu yang terlibat dalam pengembangan . Analisis penelitian melalui lembaga dan individu. Pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi.	Pemerintah daerah Kabupaten Sumenep secara bertahap mengembangkan potensi pariwisata yang ada. Kurangnya perhatian pemerintah untuk penyediaan infrastruktur, dapat dilihat bahwa fasilitas pendukung pariwisata masih terbatas misalnya jalan-jalan menuju tempat wisata yang akan dikunjungi masih banyak kerusakan cukup parah.

		Keabsahan data menggunakan teknik triangulasi	
Jenny Joehastanti 2012	Strategi Pemasaran Wisata Alam Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kawasan Wisata Kab Kediri	Metode penelitian secara survey. Data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi serta peran dan dukungan masyarakat sekitar secara langsung maupun tidak. Teknik analisa data menggunakan analisa SWOT.	Ditingkatkannya promosi paket wisata yang ada di Kabupaten Kediri melalui media yang lebih luas. Pengenalan obyek wisata dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain melalui media cetak dan media elektronika. Lebih sering digelar event-event di lokasi wisata untuk menarik pengunjung.
Riandina Wahyu Oktaviani, Rita Nurmalina Suryana 2006	Analisis Kepuasan Pengunjung Dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro (Studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti Bogor)	Menggunakan 2 jenis data primer (kuisisioner) dan sekunder. Pengambilan sampel dari pengunjung dilakukan dengan pendekatan non-probability sampling	Secara keseluruhan konsumen cukup puas terhadap kinerja atribut-atribut yang terdapat dalam Kebun Wisata Pasirmukti. Hal ini dapat diketahui dari nilai indeks kepuasan sebesar 65,38 persen, dimana nilai ini berada dalam range cukup puas.

		melalui metode convenience sampling. Menggunakan analisis deskriptif.	
Stephen Intyaswono, Edy Yulianto, Mukhammad Kholid Mawardi 2016	Peran Strategi City Branding Kota Batu Dalam Trend Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara	Penelitian kualitatif dengan mendeskripsikan dan menganalisis tentang implementasi strategi city branding Kota Batu. Teknik pengumpulan data melalui penelitian lapangan untuk mendapatkan informasi maupun data melalui wawancara, pengumpulan data kunjungan, dan dokumentasi.	Perlunya pelatihan-pelatihan yang lebih sering diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan masyarakat dalam mempromosikan daerahnya melalui sektor pertanian, pendidikan, dan pariwisata. Dampak dari implementasi city branding Kota Batu adalah dengan terciptanya tempat-tempat wisata yang baru yang mencerminkan karakteristik dari brand Shining Batu yaitu tempat wisata alam yang bersifat agrowisata.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Pengembangan

Menurut Seels & Richey (Alim Sumarno, 2012) pengembangan berarti proses menterjemahkan atau menjabarkan spesifikasi rancangan kedalam bentuk fitur fisik. Pengembangan secara khusus berarti proses menghasilkan bahan-bahan pembelajaran. Sedangkan menurut Tessmer dan Richey (Alim Sumarno, 2012) pengembangan memusatkan perhatiannya tidak hanya pada analisis kebutuhan, tetapi juga isu-isu luas tentang analisis awal akhir, seperti analisis kontekstual.

Menurut Richey dan Nelson (1996). Pengembangan merupakan tipe yang memfokuskan kepada pendesainan serta evaluasi atas produk atau suatu program tertentu dengan tujuan untuk memperoleh gambaran tentang proses pengembangan dan mempelajari suatu kondisi yang mendukung dari program tersebut. Kemudian yang kedua yaitu tipe yang memfokuskan kepada pengkajian dari suatu program pengembangan yang pernah dikerjakan sebelumnya. Tipe yang kedua ini mempunyai tujuan untuk mendapatkan gambaran tentang prosedur pendesainan serta evaluasi yang paling efektif.

2.2.2 Pengertian Tata Kelola

Menurut Siswanto pengelolaan merupakan suatu aktifitas yang sistematis yang saling bersusulan agar tercapai tujuan (Siswanto 2005 : 21). Tata kelola dapat diartikan sebagai manajemen, manajemen adalah sebagai suatu proses yang diterapkan oleh individu atau kelompok dalam upaya-upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan. Pengertian tersebut dalam skala aktifitas juga dapat diartikan sebagai aktifitas menerbitkan, mengatur, dan berpikir yang dilakukan oleh seseorang, sehingga mampu mengemukakan, menata, dan merapikan segala sesuatu yang ada disekitarnya, mengetahui prinsip-prinsipnya serta menjadi hidup selaras dan serasi dengan yang lainnya (Munir 2006: 9).

2.2.3 Pengertian Pengembangan Tata Kelola Pariwisata

Pengembangan tata kelola pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata

(Swarbrooke 1996:1999). Terdapat beberapa jenis pengembangan tata kelola dalam pariwisata yaitu :

1. Keseluruhan dengan tujuan baru, membangun atraksi di situs yang tadinya tidak digunakan sebagai atraksi.
2. Tujuan baru, membangun atraksi pada situs yang sebelumnya telah digunakan sebagai atraksi.
3. Pengembangan tata kelola baru secara keseluruhan pada keberadaan atraksi yang dibangun untuk menarik pengunjung lebih banyak dan untuk membuat atraksi tersebut dapat mencapai pasar yang lebih luas, dengan meraih pangsa pasar yang baru.
4. Pengembangan tata kelola baru pada keberadaan atraksi yang bertujuan untuk meningkatkan fasilitas pengunjung atau mengantisipasi meningkatnya pengeluaran sekunder oleh pengunjung.
5. Penciptaan kegiatan-kegiatan baru atau tahapan dari kegiatan yang berpindah dari satu tempat ke tempat lain dimana kegiatan tersebut memerlukan modifikasi bangunan dan struktur.

2.2.4 Aspek Pengembangan Tata Kelola Pariwisata

Diperlukan aspek-aspek untuk mendukung pengembangan tata kelola tersebut. Adapun aspek-aspek yang dimaksudkan adalah sebagai berikut :

1. **Aspek fisik** menurut UU RI No. 23 Tahun 1997 dalam Marsongko (2001), lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya. Yang termasuk dalam lingkungan fisik berdasarkan olahan dari berbagai sumber, yaitu :
 - a. Geografi meliputi luas kawasan DTW, luas area terpakai, dan juga batas administrasi serta batas alam.
 - b. Topografi merupakan bentuk permukaan suatu daerah khususnya konfigurasi dan kemiringan lahan seperti dataran berbukit dan area pegunungan yang menyangkut ketinggian rata-rata dari permukaan laut, dan konfigurasi umum lahan.

- c. Geologi aspek dari karakteristik geologi yang penting dipertimbangkan termasuk jenis material tanah, kestabilan, daya serap, serta erosi dan kesuburan tanah.
 - d. Klimatologi termasuk temperatur udara, kelembaban, curah hujan, kekuatan tiupan angin, penyinaran matahari rata-rata dan variasi musim.
 - e. Hidrologi termasuk di dalamnya karakteristik dari daerah aliran sungai, pantai dan laut seperti arus, sedimentasi, abrasi.
 - f. Visability menurut Salim (1985:2239), yang dimaksud dengan visability adalah pemandangan terutama dari ujung jalan yang kanan-kirinya berpohon (barisan pepohonan yang panjang).
2. **Aspek Daya Tarik Pariwisata** dapat berkembang di suatu tempat pada dasarnya karena tempat tersebut memiliki daya tarik, yang mampu mendorong wisatawan untuk datang mengunjungnya. Menurut Inskeep (1991:1977) daya tarik dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu :
- a. Natural attraction : berdasarkan pada bentukan lingkungan alami
 - b. Cultural attraction : berdasarkan pada aktivitas manusia
 - c. Special types of attraction : atraksi ini tidak berhubungan dengan kedua kategori diatas, tetapi merupakan atraksi buatan seperti theme park, circus, shopping.

Yang termasuk dalam natural attraction diantaranya iklim, pemandangan, flora dan faunaserta keunikan alam lainnya. Sedangkan cultural attraction mencakup sejarah, arkeologi, religidan kehidupan tradisional.

3. **Aspek Aksesibilitas** salah satu komponen infrastruktur yang penting dalam destinasi adalah aksesibilitas. Aksesibilitas menurut Bovy dan Lawson (1998:107) "... should be possible by public transport and bicycle trails, by pedestrian paths (from neighborhoods) and by cars (mainly families, with an average of three persons/car)".
- a. Akses yang bersifat fisik maupun non fisik untuk menuju suatu destinasi merupakan hal penting dalam pengembangan pariwisata. Aspek fisik yang menyangkut jalan, kelengkapan fasilitas dalam radius tertentu, frekuensi transportasi umum dari terminal terdekat. Menurut Bovy dan Lawson

(1998:202), jaringan jalan memiliki dua peran penting dalam kegiatan pariwisata, yaitu sebagai alat akses, transport, komunikasi antara pengunjung atau wisatawan dengan atraksi rekreasi atau fasilitas.

- b. Sebagai cara untuk melihat lihat (sight seeing) dan menemukan suatu tempat yang membutuhkan perencanaan dalam penentuan pemandangan yang dapat dilihat selama perjalanan. Pada peran kedua, menunjukkan aspek non fisik yang juga merupakan faktor penting dalam mendukung aksesibilitas secara keseluruhan, dapat berupa keamanan sepanjang jalan, dan waktu tempuh dari tempat asal menuju ke destinasi. Lebih lanjut Bovy dan Lawson (1998:203) membagi jalan untuk kepentingan wisatawan menjadi tiga kategori, yaitu:
 1. Jalan Utama yang menghubungkan wilayah destinasi utama dengan jaringan jalan nasional atau jalan utama di luar kawasan.
 2. Jalan Pengunjung, yaitu jalan sekunder yang biasanya beraspal (makadam) ataupun gravel yang menghubungkan dengan fasilitas wisata yang spesifik seperti resort, hotel yang terpisah, restoran atau atraksi rekreasi lainnya.
 3. Sirkuit Pengunjung, untuk kegiatan melihat-lihat dengan pemandangan yang menarik disepanjang jalannya.
 4. **Aspek Aktivitas dan Fasilitas** dalam pengembangan sebuah objek wisata dibutuhkan adanya fasilitas yang berfungsi sebagai pelengkap dan untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan yang bermacam-macam. Menurut Bukart dan Medlik (1974:133), fasilitas bukanlah merupakan faktor utama yang dapat menstimulasi kedatangan wisatawan ke suatu destinasi wisata, tetapi ketiadaan fasilitas dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata. Pada intinya, fungsi fasilitas haruslah bersifat melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung atau wisatawan yang dilakukan dalam rangka mendapat pengalaman rekreasi. Di samping itu, fasilitas dapat pula menjadi daya tarik wisata apabila penyajiannya disertai dengan keramah tamahan yang menyenangkan wisatawan, dimana keramah tamahan dapat mengangkat pemberian jasa menjadi suatu atraksi wisata. Bovy dan Lawson (1979:9) menyebutkan bahwa fasilitas adalah atraksi buatan manusia yang berbeda dari daya tarik wisata yang lebih cenderung berupa sumber daya.

Apapun konsep pengembangan pariwisata nantinya, harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Lingkungan : Pariwisata harus ramah lingkungan, bukan sebaliknya lingkungan yang menjadi korban eksploitasi bisnis pariwisata.
2. Kebudayaan : Pariwisata untuk budaya, bukan budaya untuk pariwisata. Jangan sampai warisan-warisan budaya baik in-situ maupun ex-situ dikomersialkan untuk kepentingan pariwisata. Kegiatan pariwisata justru harus mendukung konservasi dan preservasi kebudayaan lokal.
3. Manusia : Peningkatan dan pengembangan SDM melalui pendidikan dan latihan sehingga mampu berkompetisi global. Perlu juga diberikan kampanye kesadaran kepada masyarakat untuk semakin mencintai kebudayaan serta ketahanan akan norma-norma dan nilai-nilai social kemasyarakatan sehingga mampu memfiltrasi pengaruh inkulturasi, akulturasi ataupun asimiliasi sebagai akibat dari kegiatan pariwisata
4. Ekonomi Sosial : Pariwisata harus mampu meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup orang banyak.
5. Objek dan Daya Tarik Wisata : Objek dan atraksi wisata diidentifikasi, dikembangkan, dirawat dan dipergunakan secara berkesinambungan bukan dibuat untuk menghabiskan biaya APBD lalu ditelantarkan sehingga menjadi objek yang mubazir.

2.3 Kerangka Dasar Pemikiran

