

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pariwisata

2.1.1 Definisi Pariwisata

“Pariwisata adalah berbagai aktivitas perjalanan dan tinggal seseorang di luar tempat tinggal dan lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun bertujuan untuk berwisata, bisnis, atau tujuan lain dan tempat yang dikunjunginya tersebut. dalam Undang-undang No 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan yang menjelaskan mengenai pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah daerah”. Suryadana dan Ocativia (2015:30).

Pariwisata merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan. Menurut McIntosh dalam menyatakan bahwa pariwisata adalah “Komposisi kegiatan pelayanan dan industri yang memberikan pengalaman perjalanan: Transportasi, akomodasi, pendirian makan dan minum, pertokoan, hiburan, aktivitas, dan layanan perhotelan lainnya yang tersedia untuk perorangan atau kelompok yang berada di luar rumah.” Unsur pembentuk pengalaman wisatawan yang utama adalah daya tarik dari suatu tempat atau lokasi.

Dari penjelasan diatas tentang pariwisata dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan orang atau kelompok dengan melakukan perjalanan yang berpindah dari tempat tinggal ke tempat lain dan tinggal dalam kurun waktu yang tidak tentu dengan tujuan bersenang-senangan, bisnis, dan didukung dengan segala fasilitas sekaligus kegiatan wisata yang menguntungkan berbagai pihak baik wisatawan atau pengunjung, masyarakat dan pemerintah setempat.

2.1.2 Jenis-jenis wisata

Sesuai dengan potensi yang dimiliki atau warisan yang ditinggalkan nenek moyang pada suatu negara, maka timbulnya bermacam-macam jenis wisata yang dikembangkan sebagai kegiatan, yang lama kelamaan mempunyai cirinya tersendiri. Ada beberapa jenis pariwisata yang berdasarkan tujuan seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan wisata

Menurut Hasan (2015:56) jenis wisata dibagi menjadi beberapa jenis yakni sebagai berikut

1. Wisata Kuliner

Wisata ini tidak semata-mata hanya untuk mengenyangkan dan memanjakan perut dengan aneka ragam masakan khas dari daerah tujuan wisata, tetapi juga mendapatkan pengalaman yang menarik juga menjadi motivasinya.

2. Wisata Olahraga

Wisata ini memadukan kegiatan olahraga dengan kegiatan wisata. Kegiatan dalam wisata ini dapat berupa kegiatan olahraga yang aktif mengharuskan wisatawan melakukan gerakan olah tubuh secara langsung. Kegiatan yang lain disebut kegiatan pasif. Dimana wisatawan tidak melakukan gerak olah tubuh, tetapi menjadi penikmat dan menjadi pecinta olahraga saja.

3. Wisata komersial

Wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.

4. Wisata bahari

Perjalanan yang banyak dikaitkan dengan dengan olahraga air seperti danau, pantai, air laut.

5. Wisata industri

Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan mahasiswa atau pelajar, orang-orang awam ke suatu tempat perindustrian dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan penelitian.

6. Wisata Bulan Madu

Suatu perjalanan yang dilakukan bagi pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan.

7. Wisata Cagar Alam

Jenis wisata yang banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau cagar alam, Taman lindung, pegunungan, hutan daerah dan sebagainya, yang kelestariannya dilindungi oleh Undang-Undang.

2.1.3 Pengertian wisatawan

Secara umum orang mengartikan bahwa orang yang melakukan perjalanan wisata disebut dengan wisatawan. Seorang ahli kepariwisataan berkebangsaan Inggris yang bernama P.W. Ogilive, di dalam buku yang ditulis oleh Oka A. Yoeti, melihat pariwisata dari segi bisnis sehingga ia memberikan definisi Wisatawan sebagai berikut.

“Wisatawan adalah semua orang yang memenuhi dua syarat, pertama bahwa mereka meninggalkan rumah kediamannya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan kedua bahwa sementara mereka pergi, mereka mengeluarkan uang di tempat yang mereka kunjungi tidak dengan mencari nafkah di tempat tersebut”.

Definisi yang serupa pun dinyatakan oleh A.J. Norwal dalam Suryadana dan Ocativia (2015:36). Ia memberikan definisi Wisatawan sebagai berikut:

“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 dapat mengeluarkan uangnya di negeri yang dikunjungi, uang mana telah diperolehnya bukan di negeri tersebut, tetapi di negeri lain”.

Kedua definisi di atas menekankan pada adanya perputaran uang yang dikeluarkan wisatawan pada saat melakukan kegiatan pariwisata. Sehingga dapat diasumsikan secara umum bahwa wisatawan dipastikan akan mengeluarkan sejumlah uang saat berwisata baik itu untuk akomodasi, transportasi, biaya makan, dan lain-lain.

Definisi yang dinyatakan oleh A.J. Norwal lebih sempit batasannya dibandingkan dengan definisi yang diungkapkan oleh P.W. Ogilive. Norwa memfokuskan definisi wisatawan pada perpindahan orang dari satu negara ke negara lain, sedangkan Ogilive menekankan bahwa wisatawan hanya perlu ke suatu tempat yang bukan daerah tempat tinggalnya sehari-hari. Melihat sifat perjalanan dan lingkup di mana

perjalan wisata itu dilakukan, maka kita dapat mengklasifikan wisatawan sebagai berikut:

- a. *Wisatawan asing*
Wisatawan asing adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara di mana ia biasanya tinggal.
- b. *Domestic foreign tourist*
Domestic foreign tourist adalah orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal pada suatu negara, yang melakukan perjalanan wisata di wilayah negara di mana ia tinggal.
- c. *Domestic tourist*
Domestic tourist adalah wisatawan dalam negeri, yaitu seseorang warga negara suatu yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negerinya sendiri tanpa melewati perbatasan baik kebangsannya, uang yang dibelajakannya atau dokumen perjalanan yang dipunyainya.
- d. *Indigenous foreign tourist*
Indigenous foreign tourist adalah warga negara suatu negara tertentu, yang karena tugasnya atau jabatannya di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.
- e. *Transit tourist*
Transit tourist adalah wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata ke suatu negara tertentu, yang menumpang kapal udara atau kapal laut ataupun kereta api, yang terpaksa mampir atau singgah pada suatu pelabuhan/ airport/stasion bukan atas kemaunnya sendiri.
- f. *Business tourist*
Business tourist adalah orang yang melakukan perjalanan (apakah orang asing atau warga negara sendiri) yang mengadakan perjalanan untuk tujuan lain bukan wisata, tetapi perjalanan wisata akan dilakukannya setelah tujuannya yang utama selesai.

2.1.4 Pengertian Objek Wisata

Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang ingin datang berkunjung ke tempat tersebut. Objek dan daya tarik wisata menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yaitu Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan dan daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata.

Menurut Ali (2016: 26) pariwisata adalah segala sesuatu yang berkenaan dengan wisata, termasuk objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Inti atau komponen pariwisata yaitu:

a. Atraksi

Atraksi wisata dapat diartikan segala sesuatu yang terdapat di daerah wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah. Sesuatu yang dapat menarik wisatawan meliputi benda-benda tersedia di alam, hasil ciptaan manusia dan tata cara hidup masyarakat.

b. Amenitas

Merupakan berbagai fasilitas penunjang para wisatawan untuk berwisata ke suatu daerah tujuan wisata dengan kenyamanan dan kepuasan tersendiri. Hal tersebut antara lain akomodasi yang nyaman, restoran, bar, layanan informasi, pramuwisata, sikap masyarakat setempat, keamanan dan lain-lain. Fasilitas ini maksudnya memberikan pelayanan dan menyediakan sarana yang dibutuhkan para wisatawan. Fasilitas dan pelayanan yang harus disediakan meliputi fasilitas pelayanan jasa kebutuhan sehari-hari di kawasan objek wisata.

c. Aksesibilitas

Berhubungan dengan segala jenis transportasi, jarak atau kemudahan pencapaian suatu objek wisata. Serta unsur pendukung lainnya (pelaku industri pariwisata, masyarakat dan institusi pengembangan) yang membentuk sistem yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan wisatawan. Transportasi ini sangat penting guna membantu para wisatawan, mengantar dari tempat asal atau tempat penginapan ke objek wisata.

Dari hal di atas dapat diketahui bahwa kegiatan pariwisata sangat dipengaruhi oleh daya tarik (alam maupun buatan) dan kelengkapan sarana prasarana pendukung kegiatan pariwisata tersebut (fisik). Inti dari pengembangan pariwisata adalah daya tarik. Dapat memanfaatkan potensi-potensi yang telah lebih dahulu ada pada daerah tersebut seperti keindahan alam (pemandangan, air terjun, sungai, pantai, dll). Namun daya tarik tanpa didukung oleh ketersediaan sarana dan prasarana serta tanpa didukung oleh akses yang memadai tidak akan menjadikan kegiatan pariwisata di daerah tersebut berkembang. Oleh karena itu,

suatu konsep mengenai destinasi sangatlah penting dalam usaha mendukung perkembangan sektor pariwisata.

2.2 Fasilitas Wisata

Fasilitas wisata dapat diartikan suatu sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan wisatawan. Kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam atau keunika objek wisata melainkan memerlukan sarana dan prasarana wisata

Menurut Spillane dalam Akrom (2014: 34) Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang. Menurut teori Spillane Fasilitas dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu:

1. Fasilitas utama, merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada disuatu objek wisata. Fasilitas utama dilihat dari:
 - a. Kebersihan
 - b. kenyamanan
 - c. keindahan
2. Fasilitas pendukung, sarana sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan merasa lebih betah. Terdiri atas akomodasi (penginapan) tempat makan, tempat parkir, tempat belanja, transportasi yang terbagi atas kebersihan, kerapian, kenyamanan dan keindahan.
 - a. Akomodasi
Akomodasi merupakan salah satu komponen yang sangat penting serta merupakan kebutuhan dasar bagi wisatawan selama mereka berada di daerah tujuan wisata. Para Wisatawan akan memerlukan tempat tinggal untuk sementara waktu selama dalam perjalanan untuk dapat beristirahat. adanya sarana akomodasi, maka akan mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek dan daya tarik wisata dengan waktu yang relatif lebih lama.
 - b. Tempat Makan dan minuman
Tempat makan dan minuman adalah fasilitas yang disediakan dalam rumah makan dan restoran seperti sarana akomodasi, sarana rumah makan juga perlu disediakan bagi wisatawan yang datang disamping menikmati atraksi wisata juga menikmati makanan khas tersebut. Pertimbangan yang diperlukan dalam penyediaan fasilitas makanan dan minuman antara lain adalah jenis dan variasi makanan yang ditawarkan, tingkat kualitas makanan dan minuman, pelayanan yang diberikan, tingkat harga, tingkatkebersihan.
 - c. Fasilitas Belanja

Belanja merupakan salah satu aktivitas kegiatan wisata, dan sebagian pengeluaran wisatawan didistribusikan untuk belanja. Karena fasilitas terhadap aktivitas belanja perlu dipertimbangkan dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, bukan hanya sebagai pelayanan wisata, namun juga sebagai obyek wisata yang memiliki daya tarik.

Fasilitas dan pelayanan belanja disediakan bagi pengunjung yang akan membeli kerajinan seni, kerajinan tangan, *souvenir*, barang – barang khas seperti pakaian, perhiasan, dan ketersediaan barang – barang dengan pelayanan yang memadai, lokasinya yang nyaman dan akses yang baik, serta tingkat harga yang relatif terjangkau.

3. Fasilitas perlengkapan, merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada disuatu objek wisata. Fasilitas perlengkapan yang terdiri atas fasilitas pokok seperti:
 - a. Toilet umum
 - b. Tempat Ibadah/mesjid
Mesjid merupakan sarana peribadatan yang digunakan pengunjung maupun masyarakat sekitar untuk melaksanakan ibadah
 - c. Pemandu wisata
Untuk bentuk tertentu, dalam sistem kepariwisataan mungkin memerlukan jenis-jenis fasilitas pelayanan wisata khusus. Untuk tiap area dan jenis pariwisata, fasilitas dan pelayanan yang spesifik perlu diidentifikasikan. Berkaitan dengan wilayah studi yang memiliki daya tarik wisata berupa aktivitas jelajah wisata alam, diperlukan suatu jasa pemandu wisata yang berperan sebagai petunjuk jalan bagi pengunjung yang mengelajahi objek wisata.
 - d. Pusat informasi
Befungsi untuk memberikan penerangan yang meliputi jenis atraksi atau obyek menarik yang biasa dilihat atau pariwisata penting yang terjadi di waktu – waktu tertentu di obyek pariwisata dan sebagainya. Pusat informasi dan promosi merupakan pelayanan yang sejalan. Adanya informasi, orang dapat memberikan penilaian yang berkaitan dengan pengalaman dari perjalanan wisata yang akan mereka lakukan, dan penilaian ini akan mempengaruhi keputusan pilihan tujuan wisata. Untuk menarik minat wisatawan agar berwisata ke suatu tempat, informasi yang diberikan harus memberikan nilai promosi yang menggambarkan daya tarik obyek wisata. Memudahkan promosi tersebut, maka dapat digunakan jenis – jenis media promosi seperti brosur, *booklets*, *guide book*, *folder*, *leaflets*.
 - e. Tempat parkir
Sarana parkir, berpengaruh terhadap kelancaran lalu lintas maupun sirkulasi pergerakan dilingkungan obyek wisata tersebut. Agar tidak terjadinya kemacetan lalu lintas karena parkir sembarang dan harus ada tukang parkir untuk mengatur keluar dan masuk kendaraan. Perlu disediakan ruang parkir yang cukup untuk menangani kendaraan –

kendaraan yang berhenti di tempat makan, penginapan atau tempat belanja supaya jalan tidak dipadati oleh kendaraan yang diparkir.

Tempat parkir dapat berupa parkir terbuka ataupun parkir tertutup, dan berdasarkan letaknya, tempat parkir dapat berupa parkir pinggir jalan dan parkir khusus pada lahan yang merupakan bagian dari lahan bangunan fasilitas tertentu. Lokasi dan rancangan parkir di luar jalan harus dapat menimbulkan perhatian khusus bagi pemarkir yang akan menggunakannya

2.3 Dampak Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata tentu saja akan memberikan dampak baik yaitu dampak positif maupun dampak negatif. suatu tempat wisata tentu memiliki dampak positif dan negatif terhadap lingkungan sekitar kawasan objek wisata dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata.

Menurut Waluya (2013: 4) Ada beberapa dampak-dampak yang ditimbulkan oleh pembangunan pariwisata:

1. Dampak positif dari pengembangan pariwisata, adalah:
 - a. terbukanya lapangan kerja di sector pariwisata
 - b. memberikan pendapatan tambahan bagi masyarakat yang turut serta memberikan pelayanan kepada para wisatawan mancanegara
 - c. pemerintah mendapatkan penghasilan berupa pajak penghasilan dan pajak perusahaan atau uang asing yang dibekanjakan oleh wisatawan mancanegara.
 - d. Mendorong pembangunan di daerah berupa perbaikan sarana dan prasarana di lingkungan daerah karena pemerintah mendapat income yang dapat digunakan untuk sarana dan prasarana yang kurang memadai.
 - e. Masyarakat menjadi lebih ingin mempelajari budaya serta adat istiadat agar bias disajikan pada wisatawan dan dapat menjadikan obyek wisata itu menjadi lebih menarik karena atraksi budaya yang disuguhkan lebih variatif.
 - f. Masyarakat bisa menguasai beberapa bahasa asing agar bias berkomunikasi dengan wisatawan asing guna menambah pengetahuan dan pengalaman. Tidak hanya itu, masyarakat juga dapat mengambil keuntungan agar wisatawan lebih akrab dalam suasana kekeluargaan
 - g. Berbagai sumber daya yang ada digunakan secara optimal sehingga dapat menumbuhkan rasa untuk mencintai potensi sumber daya kita sendiri.
2. Dampak negative dari pengembangan pariwisata, adalah:
 - a. Dampak negative terhadap lingkungan alam yang mencakup gejala alam yang ada di sekitarnya

- b. Dampak negative terhadap lingkungan binaan yang mencakup perkotaan, sarana dan prasarana, ruang terbuka dan unsur bentang budaya
- c. Dampak negative terhadap lingkungan budaya yang mencakup nilai-nilai, kepercayaan, perilaku, kebiasaan, moral, seni, hukum, dan sejarah masyarakat.

2.4 Minat Wisatawan berkunjung

Dalam hal ini minat berkunjung merupakan bentuk atau wujud dari minat berperilaku, sedangkan definisi minat berperilaku menurut Simamora (2002:153) secara teoritis minat perilaku dibedakan dari sikap dimana diartikan sebagai suatu kecenderungan potensial untuk mengadakan reaksi jadi dapat diterangkan bahwa sikap mendahului perilaku. Model ini merupakan model sikap yang berkaitan antara sikap, norma subyektif, minat berperilaku dan perilaku. Model ini di dasarkan pendekatan yang menyatakan bahwa peramalan perilaku atau pilihan konsumen dimasa akan datang dapat dilakukan berdasar apa yang telah mereka katakan tentang minat mereka untuk membeli atau mengambil keputusan. Minat berkunjung dilakukan berdasar apa yang telah mereka katakan tentang minat mereka untuk mengambil keputusan. Adapun proses dalam pengambilan keputusan meliputi:

1. Pemrakarsa (initiator)
2. Pemberi pengaruh (influencer)
3. Pengambil keputusan (decider)
4. Pembeli (buyer)
5. Pemakai (user)

Dalam kaitanya dengan minat berkunjung, minat merupakan pelanggan potensial yang mempunyai arti pelanggan yang pernah atau yang belum pernah dan yang sedang akan berkunjung atau menggunakan produk atau jasa yang akan di gunakan.

2.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT Menurut Rangkuti (2016:19) adalah identifikasi dari berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Adapun elemen-elemen dasar yang membentuk adanya SWOT adalah sebagai berikut:

a. *Strengths* (Kekuatan)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, atau konsep bisnis yang ada, kekuatan yang di analisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi atau konsep bisnis itu sendiri, yaitu kekuatan apa saja yang dimiliki oleh Suaka Margasatwa Padang Sugihan di Kabupaten Banyuasin, dengan mengetahui kekuatan tersebut maka pariwisata di suatu daerah dapat di kembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bersaing untuk perkembangan selanjutnya yang menyangkut pengembangan di suatu daerah.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat di dalam suatu organisasi atau konsep bisnis yang ada, kelemahan disini di artikan segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi pengembangan objek wisata.

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan kondisi yang berkembang di masa yang akan datang yang terjadi , kondisi yang dapat terjadi merupakan peluang dari luar organisasi atau konsep bisnis yang ada.

d. Ancaman (*threats*)

Ancaman merupakan kondisi yang mengancam dari luar suatu organisasi atau konsep bisnis yang ada.

2.6 Penelitian Terdahulu

Sedangkan bahan pertimbangan dalam penelitian, peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang pernah penulis baca. Penelitian terdahulu ini bermanfaat dalam dampak pengembangan dan kendala yang menghambat dan pendukung objek wisata yang timbul dalam pengembangan fasilitas wisata . Walaupun masalah dan pembahasannya tidak sama persis tetapi sangat membantu peneliti menemukan sumber-sumber pemecahan masalah. Di bawah ini adalah hasil penelitian yang peneliti baca.

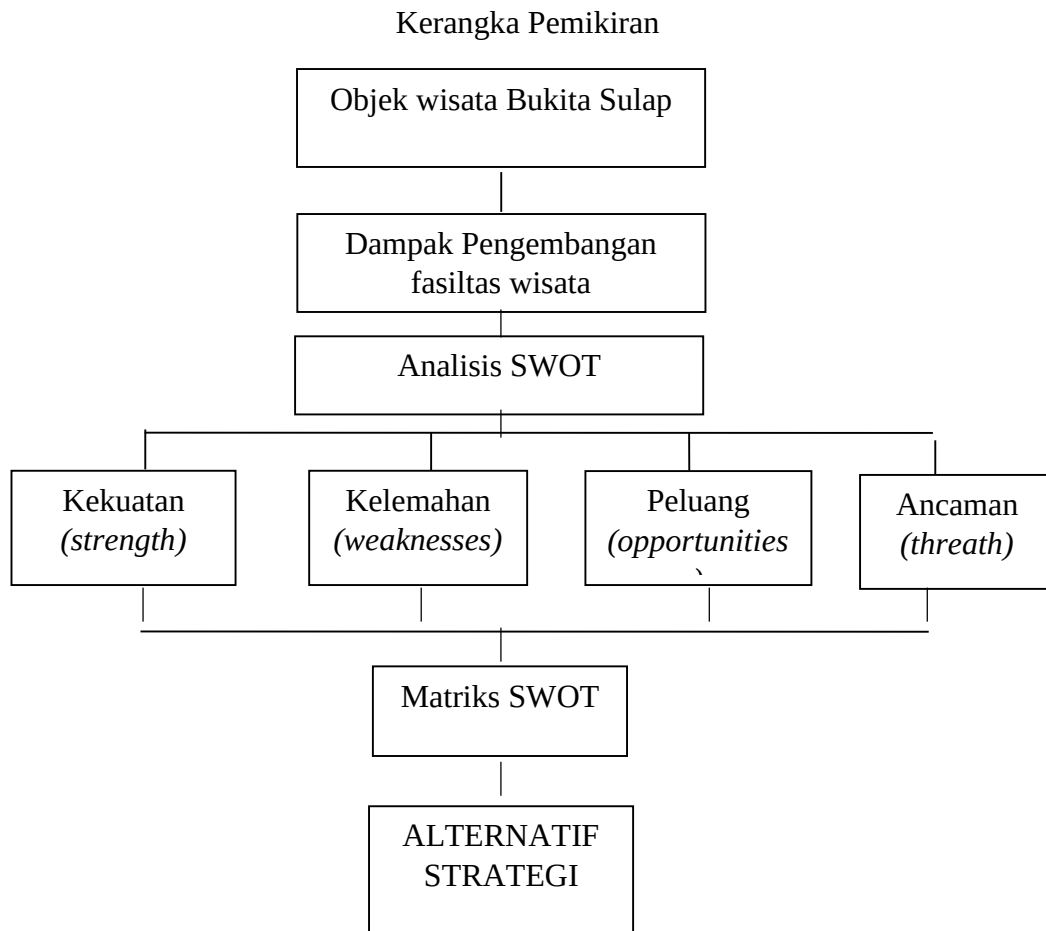
No	Nama Penelitian Nama Penelitian	Tahun	Judul penelitian	Hasil penelitian	Perbandingan
1	Oda I. B. Hariyanto	2015	Pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung di taman hutan raya ir. H. Djuanda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas wisata berada pada kategori cukup baik yaitu sebesar 53,41%. Sedangkan, minat berkunjung berada pada kategori baik sebesar 76,4%. Fasilitas wisata berpengaruh sebesar 4,04% terhadap minat berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung. Kondisi fasilitas wisata menurut wisatawan berada pada skala cukup dan fasilitas tersebut masih terus dapat dikembangkan dan dioptimalkan dengan baik	Metode penelitian, objek penelitian, teknik analisis data
2	Rusdin	2016	dampak pengembangan wisata bahari pantai Toronipa terhadap perekonomian masyarakat di Kelurahan Toronipa Kecamatan Soropia	Hasil penelitian diperoleh bahwa sebelum pengembangan obyek wisata aktivitas ekonomi masyarakat pada umumnya sebagai petani dan nelayan, namun sesudah pengembangan	Metode penelitian, objek penelitian, teknik analisis data

			Kabupaten Konawe.	obyek wisata melalui penyediaan sarana dan prasarana kemudian hubungan antara masyarakat dengan wisatawan yang akrab sehingga meningkatkan jumlah pengunjung, aktivitas ekonomi masyarakat bertambah yakni sebagai pedagang (kios/kantin) dan penyedia fasilitas seperti banana boat, ban pelampung, gazebo, ruang bilas dan penginapan, meningkatkan pendapatan masyarakat secara signifikan. Dengan demikian pengembangan obyek wisata memberikan dampak yang positif bagi peningkatan perekonomian masyarakat di Kelurahan Toronipa.	
--	--	--	----------------------	---	--

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran diterapkan sebagai dasar dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini, dan hubungannya dengan masalah yang telah dirumuskan. Mengacu pada teori dan

konsep yang ada, maka kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Rangkuti diadopsi oleh Penulis (2017)