

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pengembangan Pariwisata

Menurut Barreto dan Giantari (2015:34) Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar, objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.

Alasan utama dalam pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal maupun regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut. Pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata akan selalu diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat banyak.

Sehingga dapat disingkat bahwa Pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya yang dilakukan dengan tujuan mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata dalam mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung guna kelangsungan pengembangan pariwisata yaitu memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu obyek dan daya tarik wisata sehingga mampu menjadi mapan dan ramai untuk dikunjungi oleh wisatawan serta mampu memberikan suatu manfaat baik bagi masyarakat di sekitar obyek dan daya tarik dan lebih lanjut akan menjadi sumber pemasukan bagi pemerintah.

Menurut Sastrayuda (2010:6-7) dalam perencanaan pengembangan meliputi:

1. Pendekatan *Participatory Planning*, dimana seluruh unsur yang terlibat dalam perencanaan dan pengembangan kawasan objek wisata diikutsertakan baik secara teoritis maupun praktis.
2. Pendekatan potensi dan karakteristik ketersediaan produk budaya yang dapat mendukung keberlanjutan pengelolaan kawasan objek wisata.

3. Pendekatan pemberdayaan masyarakat, adalah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengembangkan kemampuannya agar tercapai kemampuan baik yang bersifat pribadi maupun kelompok.
4. Pendekatan kewilayahan, faktor keterkaitan antar wilayah merupakan kegiatan penting yang dapat memberikan potensinya sebagai bagian yang harus dimiliki dan diseimbangkan secara berencana.
5. Pendekatan optimalisasi potensi, dalam optimalisasi potensi yang ada di suatu desa seperti perkembangan potensi kebudayaan masih jarang disentuh atau digunakan sebagai bagian dari indikator keberhasilan pengembangan.

Berdasarkan potensi dan peluang yang ada, maka pengembangan pariwisata perlu dilakukan secara berkelanjutan guna kepentingan masa yang akan datang untuk melindungi sumber daya dari efek-efek pengembangan yang mungkin menyebabkan gangguan kultural dan sosial karena tujuan dari pengembangan adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan pemberdayaan sumber daya yang telah ada.

2.2. Pengertian Pariwisata dan Kepariwisatan

2.2.1. Pengertian Pariwisata

Menurut Suwanto (2004:2), istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam aktivitas yang terjadi apabila seseorang melakukan perjalanan (mencakup segala sesuatu mulai dari perencanaan perjalanan, tinggal untuk sementara waktu, hingga kembali beserta kenangan yang didapat) dengan tujuan-tujuan tertentu akibat adanya daya tarik wisata dari daerah tujuan wisata tersebut yang didukung dengan fasilitas penunjang lainnya.

Menurut Mujadi (2009:7-10). Bentuk-bentuk pariwisata secara umum, antara lain:

1. Menurut Jumlah Orang yang Berpergian.
 - a. Pariwisata individu/perorangan (individual tourism)
Bila seseorang atau sekelompok orang dalam mengadakan perjalanan wisatanya melakukan sendiri dan memilih daerah tujuan wisata beserta programnya serta pelaksanaannya dilakukan sendiri.
 - b. Pariwisata kolektif (collective tourism)
Suatu usaha perjalanan wisata yang menjual pakatnya kepada siapa saja yang berminat, dengan keharusan membayar sejumlah uang yang telah ditentukannya.
2. Menurut Motivasi Perjalanan.
 - a. Pariwisata rekreasi (recreational tourism)
Bentuk pariwisata untuk beristirahat guna memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani dan menghilangkan kelelahan.
 - b. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (pleasure tourism)
Bentuk pariwisata yang dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar, untuk memenuhi kehendak ingin tahunya, untuk menikmati hiburan dan lain-lain.
 - c. Pariwisata budaya (cultural tourism)
Bentuk pariwisata yang ditandai dengan rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar adat istiadat dan cara hidup rakyat negara lain, studi-studi/riset pada penemuan-penemuan, mengunjungi tempat-tempat peninggalan kuno/bersejarah dan lain-lain.
 - d. Pariwisata olahraga (sports tourism).
Bentuk pariwisata ini dapat dibedakan menjadi 2 kategori:
Pertama : Big Sports Events, yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar yang menarik perhatian, baik olahragawannya sendiri maupun penggemarnya (supporter).
Kedua : Sporting Tourism of the Practitioners, yaitu bentuk olahraga bagi mereka yang ingin berlatih atau mempraktikkan sendiri, seperti: mendaki gunung, olahraga naik kuda, berburu, memancing dan lain-lain.
 - e. Pariwisata untuk urusan usaha (business tourism)
Bentuk pariwisata yang dilakukan oleh kaum pengusaha atau industrialis, tetapi dalam perjalanannya hanya untuk melihat eksibisi atau pameran dan sering mengambil dan memanfaatkan waktu untuk menikmati atraksi di negara yang dikunjungi.
 - f. Pariwisata untuk tujuan konvensi (convention tourism)
Bentuk pariwisata yang dilakukan oleh orang-orang yang akan menghadiri pertemuan-pertemuan ilmiah seprofesi dan politik.

Tempat konferensi dituntut tersedia fasilitas yang lengkap, modern dan canggih baik tempat penyelenggaraan, beserta peralatannya, penginapan dan lain-lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan tour (kunjungan wisata).

3. Menurut Waktu Berkunjung.

a. Seasonal tourism

Pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu. Termasuk dalam kelompok ini musim panas (summer tourism) dan musim dingin (winter tourism).

c. *Occasional tourism*

Kegiatan pariwisata yang diselenggarakan dengan mengkaitkan kejadian atau event tertentu, seperti Galungan di Bali dan Sekaten di Jogja.

4. Menurut Objeknya.

a. Cultural tourism

Jenis pariwisata yang disebabkan adanya daya tarik seni dan budaya di suatu daerah/tempat, seperti peninggalan nenek moyang, benda-benda kuno dan sebagainya.

b. Recuperational tourism

Orang-orang yang melakukan perjalanan wisata bertujuan untuk menyembuhkan suatu penyakit.

d. Commercial tourism

Perjalanan yang dikaitkan dengan perdagangan seperti penyelenggaraan expo, fair, exhibition dan sebagainya.

e. Political tourism

Suatu perjalanan yang dilakukan dengan tujuan melihat dan menyaksikan peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara.

5. Menurut Alat Angkutan.

a. Land tourism

Jenis pariwisata yang di dalam melaksanakan kegiatannya menggunakan kendaraan darat seperti bus, kereta api, mobil pribadi atau taksi dan kendaraan darat lainnya.

b. Sea or river tourism

Kegiatan pariwisata yang menggunakan sarana transportasi air seperti kapal laut, ferry dan sebagainya.

c. Air tourism

Kegiatan pariwisata yang menggunakan sarana transportasi udara seperti pesawat terbang, helikopter dan sebagainya.

6. Menurut Umur.

a. Youth tourism atau wisata remaja

Jenis pariwisata yang dikembangkan bagi remaja dan pada umumnya dengan harga relatif murah dan menggunakan sarana akomodasi youth hostel.

b. Adult tourism

Kegiatan pariwisata yang diikuti oleh orang-orang berusia lanjut. Pada umumnya orang-orang yang melakukan perjalanan ini adalah mereka yang menjalani masa pensiun.

2.2.1.a. Unsur-Unsur Komponen Pariwisata

Menurut Spillane dalam Sari (2011:27) ada lima unsur komponen pariwisata yang sangat penting, yaitu:

- a. *Attractions* (daya tarik) attractions dapat digolongkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti kebun binatang, keratin, dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah atau dipindah dengan mudah seperti festival-festival, pameran, atau pertunjukan-pertunjukan kesenian daerah.
- b. *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan) fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan.
- c. *Infrastructure* (infrastruktur) daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Perkembangan infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun rakyat yang juga tinggal di sana, maka ada keuntungan bagi penduduk yang bukan wisatawan.
- d. *Transportations* (transportasi) dalam objek wisata kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata. Transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata.
- e. *Hospitality* (keramahtamahan) wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan mereka datangi.

2.2.2. Pengertian Kepariwisata

Menurut UU No 10 Tahun 2009 bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional.

Kepariwisata adalah merupakan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dengan menggunakan jasa yang memanfaatkan kekayaan alam dan lingkungan hidup yang khas, seperti : hasil budaya, peninggalan sejarah, pemandangan alam yang indah dan iklim yang nyaman dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah dan pengusaha.

2.3. Pengertian Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

2.3.1. Pengertian Objek Wisata

Menurut Peraturan Pemerintah No. 24/1979 menjelaskan bahwa objek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan dalam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi.

SK. MENPARPOSTEL No.: KM. 98/PW.102/MPPT-87 menjelaskan bahwa objek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

Obyek Wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Namun sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) pada tahun 2009, kata objek wisata selanjutnya tidak lagi digunakan untuk menyebut suatu daerah tujuan para wisatawan, dan untuk menggantikan kata objek wisata digunakanlah kata Daya Tarik Wisata

2.3.2. Pengertian Daya Tarik Wisata

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Daya Tarik Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Dari pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Objek Wisata dan unsur-unsur lingkungan hidup yang terdiri dari sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya buatan yang dapat dikembangkan dan dimanfaatkan berdasarkan daya tarik wisata yaitu segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi dari suatu lokasi atau objek wisata, yang kemudian dapat menarik wisatawan untuk dapat merasakan dan melihat melalui kunjungannya ke daerah tersebut.

2.3.2.a. Syarat - syarat Daya Tarik Wisata

Berdasarkan Maryani dalam (sandywarman.com : 2014) ada syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk menjadi Daya tarik daerah tujuan wisata. Suatu daya tarik daerah tujuan wisata, bisa menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan ketika bisa memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, syarat-syarat tersebut adalah sebagai berikut:

a. *What to see,*

Pada tempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dipunyai di daerah lain. Dengan kata lain bahwa daerah tersebut harusnya mempunyai daya tarik yang khusus dan atraksi budaya yang bisa dijadikan sebagai *entertainment* bagi wisatawan. *What to see* terdiri dari pemandangan alam, kegiatan, kesenian, dan atraksi wisata.

b. *What to do*

Di tempat wisata, selain banyak yang bisa dilihat dan disaksikan, tentunya juga harus disediakan fasilitas rekreasi yang bisa membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama di tempat tujuan wisata itu.

c. *What to buy*

Tempat tujuan wisata harus ada beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat yang bisa berfungsi sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ketempat asal wisatawan tersebut.

d. What to arrived

Pada bagian ini ada yang termasuk aksesibilitas, yaitu bagaimana kita mengunjungi daerah daya tarik tujuan wisata tersebut, kendaraan apa yang digunakan dan berapa lama kita bisa tiba ke tempat tujuan wisata tersebut.

e. What to stay

Merupakan bagaimana wisatawan akan bisa tinggal untuk sementara selama dia berlibur. maka untuk menunjang keperluan tempat tinggal sementara bagi wisatawan yang berkunjung, maka sangat perlu untuk mempersiapkan penginapan-penginapan, seperti hotel berbintang atau hotel tidak berbintang dan sebagainya.

2.3 2.b. Pengelompokkan Daya Tarik Wisata

Menurut Mappi dalam (pradikta, 2013:15) Daya Tarik wisata dikelompokkan kedalam 3 jenis yaitu:

- a. Daya tarik wisata alam adalah daya tarik yang berasal dari sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya. Potensi wisata alam dapat dibagi menjadi 4 kawasan yaitu: Flora dan fauna, Keunikan dan kekhasan ekosistem misalnya: laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam, air terjun dan lain-lain.
- b. Daya tarik wisata budaya merupakan daya tarik yang menunjukkan ke khasan suatu destinasi, misalnya : upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum dan lain-lain.
- c. Daya tarik wisata buatan merupakan daya tarik hasil karya manusia yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai daya tarik wisata meliputi, misalnya: sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

2.4. Pengertian Potensi Pariwisata

Menurut Sujali dalam Amdani, (2008:17) adalah “Potensi wisata sebagai kemampuan dalam suatu wilayah yang mungkin dapat dimanfaatkan untuk pembangunan, seperti alam, manusia serta hasil karya manusia itu sendiri”.

Potensi Wisata adalah suatu kemampuan yang dimiliki suatu daerah untuk dijadikan daerah tujuan wisata karena memiliki kemenarikan atau keunikan. Sehingga perlu dikembangkan atau dilakukan pembangunan agar layak menjadi suatu kawasan tujuan wisata yang nantinya dapat bermanfaat bagi semua golongan. Potensi Pariwisata memiliki hubungan dengan daya tarik wisata.

2.5. Manajemen Pariwisata

Pengertian Manajemen menurut Siswanto (2010:13) adalah “Seni dan ilmu dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian, dan pengendalian terhadap orang dan mekanisme kerja untuk mencapai suatu tujuan”.

Pengertian Pariwisata menurut Hunziker dan Kraft dalam Muljadi (2012:8) Pariwisata adalah “Keseluruhan hubungan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dan perjalanannya itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungannya dengan kegiatan untuk mencari nafkah”.

Manajemen Pariwisata adalah meliputi suatu proses perencanaan, pengorganisasian (pengelolaan pegawai), pengarahan dan pengawasan untuk mencapai tujuan tertentu yang terkait dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

2.6. Pengertian Wisatawan

Menurut Oka.A.Yoeti dalam (Irawan, 2010:11) wisatawan adalah seseorang yang memasuki wilayah negeri asing dengan maksud tujuan apapun, asalkan bukan untuk tinggal permanen atau untuk usaha-usaha yang teratur melintasi perbatasan dan mengeluarkan uangnya di negeri yang

dikunjungi, yang mana telah diperolehnya bukan di negeri tersebut tetapi di negeri orang lain.

Menurut Yoeti dalam Irawan (2010:32), jenis-jenis wisatawan dan waktu berkunjungnya adalah sebagai berikut :

a. Jenis-jenis wisatawan.

1. Wisatawan Asing (*Foreign tourist*) adalah orang asing yang melakukan sata yang datang memasuki suatu Negara lain yang bukan merupakan Negara dimana ia biasa tinggal
2. Wisatawan Domestic (*Domestic Tourist*) adalah wisatawan dalam negeri yaitu seseorang warga Negara suatu yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan baik kebangsanya uang yang dibelanjakannya atau dokumen perjalanan yang dipunyainya.
3. *Domsetic Foreign Tourist* adalah orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal pada suatu Negara yang melakukan perjalanan wisata di wilayah Negara dimana ia tinggal.
4. *Indigeneous Foreign Tourist* adalah warga negara suatu negara tertentu, yang karena tugasnya atau jabatannya diluar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.
5. *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 pelabuhan/airport/stasiun bukan atas kemauannya sendiri.
6. *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.

b. Menurut Waktu Berkunjung

1. *Seasonal Tourism*, yaitu kegiatan pariwisata yang berlangsung pada musim-musim tertentu seperti *summer tourism* atau *winter tourism*.
2. *Occutional Tourism*, yaitu kegiatan pariwisata yang dihubungkan dengan kejadian atau suatu *event* seperti ngaben, Galungan, Kuningan di Bali, Sekaten di Jogjakarta, Pajang, Jimat di Cirebon dan Pesta Danau Toba di Sumatera Utara.

2.7. Sarana dan Prasarana Pariwisata

Menurut Sinarta (2010:26) Sarana Pariwisata adalah segala kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya yaitu terdiri dari perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik

secara langsung maupun secara tidak langsung dan kehidupannya banyak bergantung pada kedatangan wisatawan.

Prasarana adalah semua fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sehingga memudahkan para wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya.

Seperti yang kita ketahui bahwa sarana kepariwisataan di bagi menjadi 3 bagian yaitu :

1. Sarana pokok kepariwisataan (*main tourism superstructure*) adalah sarana yang berfungsi untuk memberikan fasilitas pokok yang dapat memberikan pelayanan bagi kedatangan wisatawan.
2. Sarana pelengkap kepariwisataan (*supplementing tourism super structure*) adalah perusahaan yang menyediakan fasilitas rekreasi yang fungsinya melengkapi sarana pokok kepariwisataan dan membuat wisatawan dapat lebih lama tinggal di suatu daerah tujuan wisata yang dikunjungi.
3. Sarana penunjang kepariwisataan (*supporting tourism superstructure*) adalah perusahaan yang menunjang sarana pokok dan sarana pelengkap, berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal di suatu daerah tujuan wisata, tetapi juga membuat wisatawan lebih banyak mengeluarkan uang di tempat yang dikunjungi.

Dan kelompok prasarana di bagi menjadi 3 bagian yaitu :

1. Prasarana umum yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak (umum) bagi perekonomiannya dan termasuk didalamnya adalah system penyediaan: Air bersih, Kelistrikan, Jalur Lalu Lintas, Sistem Pembuangan Limbah, Sistem Telekomunikasi.
2. Kebutuhan pola hidup modern misalnya rumah sakit, apotek, pusat-pusat perbelanjaan, kantor pemerintahan dan pom bensin.
3. Prasarana Wisata meliputi tempat penginapan, tempat informasi wisatawan, kantor informasi dan promosi dikenal dengan *tourist information center*(TIC), tempat-tempat rekreasi dan sport, sarana transportasi penunjang.

2.8. Syarat Objek Wisata Yang Dapat Dikembangkan

Menurut Sinarta (2010:19) suatu objek wisata dikatakan layak dikembangkan apabila memiliki syarat-syarat antara lain:

1. Attraction: Segala sesuatu yang menjadi ciri khas dan menjadi daya tarik wisatawan agar mau berkunjung ke tempat wisata tersebut.
2. Accesbility: Kemudahan cara untuk mencapai tempat wisata tersebut
3. Amenity: Fasilitas yang tersedia di objek wisata tersebut seperti hotel dan restoran
4. Ancilliary: Merupakan tambahan pendukung dimana adanya organisasi atau pihak yang mengolah objek wisata tersebut.

2.8.1. Tujuan dan Asas Pengembangan Objek Wisata

2.8.1.a. Tujuan Pengembangan Objek Wisata

Menurut Tirtadinata dan Fachruddin dalam irawan (2010:28- 30) tujuan pengembangan dari objek wisata adalah :

- a. Meningkatkan nilai *estetika* dan keindahan alam.
- b. Meningkatkan pengembangan objek wisata.
- c. Memberikan nilai rekreasi.
- d. Meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan.
- e. Meningkatkan keuntungan.

Adapun dua keuntungan ekonomi yaitu:

- a. Keuntungan ekonomi bagi masyarakat daerah :
 - Membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat pengangguran
 - Meningkatkan pendapatan masyarakat daerah.
 - Meningkatkan popularitas daerah.
 - Meningkatkan produksi.
- b. .Keuntungan ekonomi bagi objek wisata :
 - Meningkatkan pendapatan objek wisata tersebut.
 - Meningkatkan gaji pegawai pengelola objek wisata.
 - Meningkatkan sarana dan prasarana yang ada pada objek wisata.
 - Meningkatkan sikap kesediaan dalam berperan serta untuk melestarikan potensi daerah objek wisata dan lingkungan hidup serta manfaat yang diperoleh.
 - Meningkatkan sikap, *kreasi* dan *inovasi* para pengusaha objek wisata, serta meningkatkan mutu *asesilitas* dan bahan-bahan promosi dalam pengembangan suatu objek wisata.

2.8.1.b. Asas Pengembangan Objek Wisata

Pengembangan objek wisata didasarkan atas asas sebagai berikut:

A. Asas Pelestarian.

Penyelenggaraan program sadar wisata terhadap suatu objek wisata yang hendak dikembangkan dan diarahkan bertujuan untuk meningkatkan kelestarian alam dan lingkungan objek wisata serta kesegaran udara di daerah objek wisata tersebut.

B. Asas Manfaat.

Penyelenggaraan program sadar wisata diarahkan untuk dapat memberikan manfaat dan dampak praktis baik ekonomi, sosial, budaya, ilmu pengetahuan maupun lingkungan.

2.9. Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Siagian (2000:102) merupakan salah satu instrument analisi yang ampuh apabila digunakan dengan tepat telah diketahui pula secara luas bahwa “SWOT merupakan akronim untuk kata-kata *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman).

Pembagian faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT yaitu:

1. Faktor berupa kekuatan
Yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis didalamnya adalah antara lain kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.
2. Faktor kelemahan
Yang dimaksud dengan kelemahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan
3. Faktor peluang
Definisi peluang secara sederhana peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.
4. Faktor ancaman
Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang yaitu faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika jika tidak diatasi ancaman akan menjadi bahaya bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan.

2.10. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pemikiran dan acuan dalam pembuatan skripsi ini dan guna menghindari adanya plagiarisme, beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian Terdahulu
1.	Judul Penelitian : Pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar. Penulis : Devy dan Soemanto (2017). Metode Penelitian : Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil : Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi objek wisata yang didukung dengan lingkungan yg alami ditunjang fasilitas serta strategi yang dilakukan yaitu dengan membuat kebijakan yang dibuat BUMDes yang didukung pemerintah serta pelaku wisata membuat Air Terjun Jumog yang sudah dikenal semakin terkenal dan ramai pengujungnya.
2.	Judul Penelitian : Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan Penulis : Zakaria dan Suprihardjo (2014). Metode Penelitian : Penelitian ini menggunakan metode analisa deskriptif kualitatif, analisa skoring dan analisa delph dengan pendekatan rasionalistik. Hasil : Hasil Penelitian ini menjelaskan bahwa 1. Kegiatan sehari-hari masyarakat yaitu bertani yang menjadi ciri khas Desa Bandungan sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi kawasan desa wisata yang berbasis agrowisata.

	2. Konsep pengembangan secara spasial terbagi menjadi tiga, yaitu menyediakan rute perjalanan wisata, menyediakan sarana transportasi dan menyediakan fasilitas pendukung dan penunjang kegiatan wisata. 3. Konsep pengembangan non spasial yang harus dilakukan untuk mengembangkan kawasan desa wisata di Desa Bandungan agar dapat berkembang
3.	Judul Penelitian : Kajian Potensi dan Strategi Pengembangan Ekowisata di Cagar Alam Pulau Sempu Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur. Penulis : Muttaqin, Purwanto dan Rufiqo (2013). Metode Penelitian : Penelitian ini menggunakan metode survey dan pengumpulan data yang meliputi data primer dan sekunder. Selanjutnya data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis analisis SWOT dan Analisis AHP (Analitical Hierarchy Process). Hasil : Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Cagar Alam Pulau Sempu berdasarkan hasil pengamatan dilapangan telah menjadi tempat wisata dengan jumlah pengunjung berkisar $\pm$ 200- 300 wisatawan setiap minggunya dan dua kali lipat di musim liburan dengan trend kunjungan wisatawan yang terus meningkat, masyarakat di sekitar kawasan menggantungkan hidup sebagai penyedia jasa wisata, Potensi pasar yang besar merupakan modalutama kekuatan eksternal dalam rangka pengembangan ekowisata di Cagar Alam Pulau Sempu dan Arahan strategi Pengembangan

	ekowisata di kawasan Cagar Alam Pulau Sempu adalah sebagai berikut : - Mengevaluasi kembali fungsi dan status kawasan. - Membangun kesamaan persepsi dan konsep pengembangan ekowisata diantara stakeholder. - Pengembangan ekowisata di kedua kawasan yaitu Cagar Alam Pulau Sempu dan Pantai Sendang Biru - Segara dilakukan tata ruang berdasarkan kondisi dilapangan. - Peningkatan sarana prasarana wisata pendidikan - Pemberdayaan masyarakat. - Meningkatan peran masyarakat dan stakeholder. - Pembentukan wadah/forum pengelolaan ekowisata. - Peningkatan kualitas produk. - Pemerataan hasil usaha wisata. - Peningkatan kerjasama stakeholder.
--	--

2.11. Variabel dan Indikator

Untuk mengetahui Upaya Pengembangan Objek Wisata Bagus Kuning Sebagai Daerah Tujuan Wisata Sejarah Budaya Di Kota Palembang dapat diukur menggunakan variabel dan indikator pada tabel 2.10.a

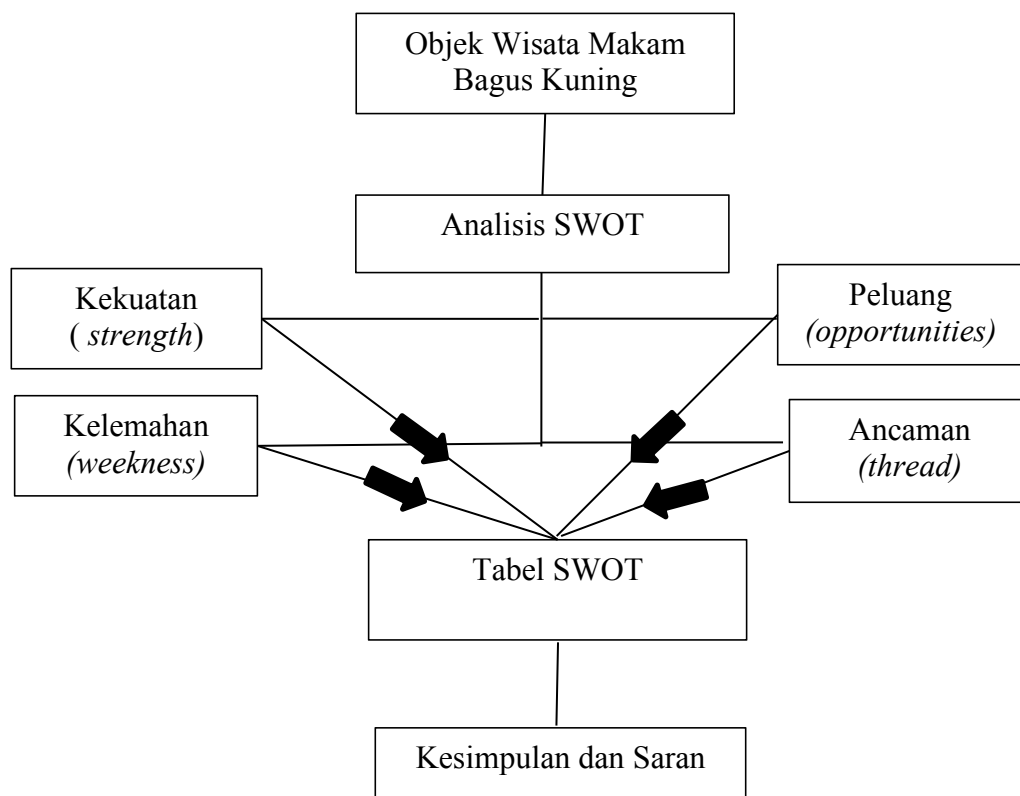
Tabel 2.2.
Variabel dan Indikator

Variabel	Dimensi	Indikator
Pengembangan Objek Wisata	<i>Attraction</i>	a. Keindahan Alam b. Seni Pertunjukan
	<i>Amenity</i>	a. Ketersedian b. Kebersihan c. Kelengkapan
	<i>Accessibility</i>	a. Prasarana b. Trasportasi
	<i>Ancilliary</i>	a. Kerjasama b. Penerimaan Masyarakat

2.12. Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran dibuat sebagai dasar dalam penggunaan berbagai konsep dan teori guna penelitian yang selanjutnya akan dihubungkan pada permasalahan yang telah dirumuskan. Berikut kerangka pemikiran yang dibuat oleh penulis adalah sebagai berikut :

Tabel 2.3.
Kerangka Pemikiran



sumber : Data diolah 2018

Berikut uraian mengenai kerangka pemikiran adalah sebagai berikut:

Dimulai dari penjelasan singkat mengenai objek wisata Bagus Kuning yang didukung pembahasan tentang kondisi langsung dari objek wisata ini dan mengetahui upaya apa saja yang telah dilakukan oleh pihak terkait atau pemerintah dalam mengembangkan dan membangun kawasan wisata tersebut melalui pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan oleh penulis.

Setelahnya dilakukan analisi SWOT yaitu mengidentifikasi faktor internal, kekuatan dan kelemahan dari objek wisata dan faktor eksternal, peluang dan ancaman dari lokasi wisata yang akan dirumuskan dalam tabel swot guna menentukan strategi alternatif sebagai jalan keluar dalam mengatasi permasalahan yang ada. Selanjutnya akan disimpulkan dan diberi saran sebagai akhir dari pembahasan upaya pengembangan objek wisata makam bagus kuning sebagai daerah tujuan wisata sejarah budaya di kota Palembang.