

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengertian Pariwisata**

Pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu pari yang artinya bersama-sama atau berkeliling dan wisata yang berarti menikmati perjalanan, secara harfiah pariwisata dapat diartikan sebagai aktivitas menikmati perjalanan secara bersama-sama untuk mencapai tujuan tertentu yaitu melepaskan kejenuhan dan kepenatan dari kehidupan sehari-hari (Sutiksno dkk, 2020 :15)

Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 mengartikan bahwa pariwisata yaitu berbagai macam kegiatan dan didukung berbagai macam fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Selain itu pengertian dari Kepariwisataaan yang berasal dari kata wisata yang termuat dalam Undang-Undang No.10 Tahun 2009 adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

Pariwisata yaitu perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari suatu tempat ke tempat lain, selain itu pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Yoeti dalam Sutiksno, 2020:16)

Dapat disimpulkan pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun sekelompok orang dari satu tempat ke tempat yang lain untuk sementara waktu dengan tujuan tertentu yaitu untuk bertamasya atau mencari kesenangan.

## 2.2 Potensi Pariwisata

Potensi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan; kekuatan; kesanggupan; daya. Sedangkan pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan wisata. Pendit (dalam Bambang, 2017:151) menerangkan bahwan potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang terdapat di sebuah daerah tertentu yang bisa dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek-aspek lainnya.

Dapat dikatakan segala potensi wisata adalah segala sesuatu yang memiliki nilai untuk dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata. Sedangkan menurut Sujali (dalam Wahyudi, 2017) menyatakan bahwa:

1. Potensi wisata adalah kemampuan dalam suatu wilayah yang mungkin dapat dimanfaatkan untuk pembangunan, mencakup alam dan manusia serta hasil karya manusia itu sendiri;
2. Potensi internal objek wisata adalah potensi wisata yang dimiliki objek itu sendiri yang meliputi komponen kondisi fisik objek, kualitas objek, dan dukungan bagi pengembangan;
3. Potensi eksternal objek wisata adalah potensi wisata yang mendukung pengembangan suatu objek wisata yang terdiri dari aksesibilitas, fasilitas penunjang dan fasilitas pelengkap

Sumber daya adalah suatu potensi yang mempunyai nilai materi yang dapat dimanfaatkan dalam kehidupan manusia apabila potensi tersebut dikelola dengan baik maka dapat memberikan manfaat ekonomi untuk menyejahterakan dan meningkatkan kesejahteraan manusia (masyarakat). Dalam memberikan manfaat secara ekonomi kepada masyarakat dengan tujuan untuk menyejahterakan, tentunya tidak hanya dikelola tetapi juga dengan cara menjual hasil olahan sumber daya tersebut. Dalam konteks pariwisata sumber daya merupakan suatu potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi salah satu produk pariwisata yaitu daya tarik wisata (Ridwan & Windra, 2019:38)

Salah satu sumber daya yaitu sumber daya budaya yang dimanfaatkan dan melengkapi suatu destinasi pariwisata antara lain:

- a. Kesenian, aneka ragam kesenian yang dimiliki masyarakat setempat pada suatu destinasi di Indonesia satu sama lain berbeda. Kekayaan kesenian telah memberikan citra positif bagi beberapa destinasi pariwisata seperti tari kecak Bali.
- b. Bangunan bersejarah hampir di setiap destinasi memiliki bangunan bersejarah yaitu bangunan lama atau peninggalan pada zaman dahulu. Bangunan sejarah yang dimanfaatkan sebagai salah satu daya tarik wisata adalah bangunan bersejarah dapat dikunjungi oleh wisatawan.
- c. Seni patung dan seni lukis hasil karya seniman yang merupakan kebanggaan masyarakat di suatu destinasi, seperti arsitektur bangunan khas daerah, kerajinan tangan sebagai satu jenis seni kriya yang menjadi kebanggaan masyarakat demikian pula makanan khas daerah yang mendukung terhadap citra destinasi pariwisata
- d. Peninggalan keagamaan seperti pura, candi, masjid, situs yang menjadi pembeda antara satu destinasi dan destinasi lainnya.
- e. Tradisi masyarakat yang masih terpelihara secara turun temurun yang menjadi kebanggaan masyarakat.

### **2.3 Kerajinan Seni Batik**

Menurut Jusri dan Idris dalam Kudiyan (2019:1) Kata ‘batik’ merupakan wujud kata benda, sedangkan kata kerjanya adalah ‘membatik’. Istilah membatik diambil dari bahasa Jawa, yaitu ‘mba’ dan ‘tik’ yang akhirnya tersusun kata ‘mbatik’ artinya ‘ngembat titik’ (melemparkan titik). Jadi kata ‘batik’ adalah membuat ‘titik-titik’. ‘tik’ sendiri dalam bahasa Jawa disebut sebagai kata ‘titik’ atau ‘cecek’.

Di Indonesia batik dipercaya sudah ada semenjak zaman Majapahit dan menjadi sangat populer akhir abad XVIII atau awal abad XIX. Batik yang dihasilkan sampai awal abad XX semuanya adalah batik tulis dan batik cap baru dikenal setelah perang dunia I atau sekitar tahun 1920-an (Lestari, 2012:2). Pada awalnya, kreasi kain batik berkembang di tanah Jawa-Yogyakarta dan Solo utamanya. Dalam perkembangannya, produktivitas dan

kreativitas batik tumbuh berkembang di wilayah atau lokasi lain seperti di Cirebon, Pekalongan dan Madura yang saat ini lebih dikenal sebagai batik Pesisiran. Kriya batik sekarang tidak lagi milik orang Jawa tetapi sudah meluas ke berbagai pulau di Nusantara, seperti Sumatera, Kalimantan, Sulawesi hingga Papua. (Idris dalam Kudiyan, 2019)

Batik merupakan suatu hasil karya manusia berupa kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia sejak lama hingga saat ini batik sudah familiar dikalangan masyarakat Indonesia. Kerajinan adalah aktifitas usaha manusia untuk menghasilkan karya atau produk barang barang kerajinan yang dikerjakan dengan keterampilan tangan secara kreatif dan inovatif dengan ide dan daya cipta yang baru sehingga menghasilkan barang atau produk kerajinan yang indah dan mempunyai nilai seni (Kamil, 2016:10). Menurut Wijiyadi, dkk dalam Kamil (2016:8) kerajinan diantaranya yaitu kerajinan logam, kerajinan kulit, kerajinan kayu, kerajinan batik serta masih banyak seni kerajinan lainnya yang dimiliki budaya Indonesia.

Proses kreatif membuat batik kebanyakan dikerjakan dengan metode yang sudah diterapkan secara tradisional dari masa ke masa. Bahan teknik (media) dan prosedur pewarnaan atau pengeringan masih mengandalkan teknologi yang dikerjakan secara turun temurun, melalui metode tersebut, produk atau kriya batik tetap kaya akan motif, warna serta fungsi yang beragam yang dipengaruhi oleh lingkungan alam dan budaya setempat.

Untuk melestarikan budaya batik pemerintah Indonesia menetapkan hari batik nasional yang jatuh pada tanggal 02 Oktober setiap tahunnya setelah UNESCO mengakui batik Indonesia sebagai warisan budaya tak benda dunia. Setiap motif batik merupakan simbol dan filosofi kehidupan karena batik memiliki motif yang beragam tergantung dari ciri khas masing-masing daerah.

## 2.4 Daya Tarik Wisata

### 2.4.1 Pengertian Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan kekuatan yang dimiliki oleh komponen produk wisata sebagai unsur utama pendukung dalam memunculkan motivasi dan menarik wisatawan untuk melanjutkan perjalanan wisata. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, 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.

Menurut Ridwan & Windra (2019:83) Daya tarik wisata merupakan objek atau unsur yang memiliki peranan yang sangat penting dalam kegiatan pariwisata karena daya tarik wisata menjadi unsur utama yang memiliki nilai ketertarikan bagi wisatawan untuk datang atau berkunjung ke suatu daerah tujuan pariwisata. Menurut Utama dan I Wayan (2018:76) daya tarik wisata adalah segala sesuatu disuatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan.

Dalam konteks pariwisata produk itu memiliki daya tarik yang dikelompokkan menjadi daya tarik natural atau alami (*natural attraction*), daya tarik budaya (*cultural attraction*) dan daya tarik yang sengaja dibuat (*artificial attraction*). Objek-objek wisata ini menimbulkan daya tarik bagi wisatawan sehingga daya tarik wisata dapat digolongkan menjadi daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, daya tarik wisata buatan dan daya tarik wisata penyelenggaraan *event*.

#### a. Daya tarik Wisata Alam

Merupakan daya tarik wisata yang murni dibentuk oleh alam, seperti pegunungan, air terjun, sumber air panas, pantai dan sebagainya yang memiliki keindahan yang alami.

b. Daya tarik wisata budaya

Budaya merupakan hasil rekayasa manusia yang dalam bentuk ras, cipta dan karsa manusia. Budaya dibedakan menjadi tiga wujud yakni: gagasan (kumpulan ide, nilai, norma atau peraturan yang bersifat abstrak) aktivitas (tindakan berpola dari manusia dalam suatu komunitas yang saling berinteraksi dan menjadi tradisi), artefak (semua wujud kebudayaan berupa fisik, hasil dari aktivitas dan hasil karya manusia berupa benda-benda yang bersifat kongkret)

c. Daya tarik wisata buatan

Merupakan konsep daya tarik yang sengaja dibuat oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan. Daya tarik wisata buatan banyak terdapat di perkotaan yang sengaja dibangun untuk tempat rekreasi seperti museum, taman-taman kota, kolam pemandian, contoh lain adalah Taman Impian Jaya Ancol dan Kebun Binatang diberbagai kota dan sebagainya.

d. Daya tarik wisata yang ditimbulkan oleh *Event* atau Peristiwa Tententu.

Beberapa daya tarik tersebut yaitu; 1) *Tradisional Institution*, 2) *Tradisional life style*, 3) *Ritual Ceremonies* 4) *Religion activities*, 5) *Historical heritages*, 6) *Sport Events*, 7) *Art creation*.

## 2.4.2 Kriteria Daya Tarik Wisata

### 1. Keunikan

Keunikan merupakan salah satu kriteria yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek yang dituju, berdasarkan pada Kamus Besar Bahasa Indonesia unik adalah tersendiri dalam bentuk atau jenisnya:lain daripada yang lain:tidak ada persamaan dengan yang lain. Menurut Sugiarto (2014:75) keunikan dalam arti bahwa hal tersebut sulit didapatkan keasamaanya atau bahkan tidak ditemukan di tempat lain. Aspek keunikan ini sering kali terkait dengan sejarah objek yang bersangkutan, baik sejarah dalam arti yang sebenarnya maupun sejarah dalam arti yang lebih mitologis. Keunikan pada suatu objek menarik bagi wisatawan karena pada

dasarnya manusia atau individu ingin melihat dan menemukan hal hal baru yang tisdak biasa dan akan merasa bangga ketika memperoleh kesempatan tarsebut.

## 2. Keindahan

Menurut Ahimsa-Putra dalam Wijaya)dikutip oleh Sugiarto (2014:76). Selain keunikan, keindahan merupakan unsur yang penting dari suatu objek wisata untuk dapat menarik wisatawan. Suatu objek yang tidak memiliki keunikan dapat saja menarik wisatawan karena adanya keindahan yang dimilikinya. Jika keindahan tersebut sangat menonjol, keindahan tersebut kemudian menyatu dengan keunikan maka akan menjadi daya tarik semakin menarik.

Pembicaraan tentang daya tarik wisata tidak dapat terlepas dari keindahan baik keindahan yang disediakan dari alam maupun keindahan dari hasil buatan manusia, keindahan itulah yang menarik wisatawan untuk mendatangi suatu objek. Oleh karena itu keindahan salah satu faktor penarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata (Prasiasa dalam Sugiarto 2014:76)

Menilai suatu keindahan sangat erat kaitanya dengan indera penglihatan, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian indah adalah dalam keadaan enak dipandang. Namun disini lain indah tidak selalu terkait sesuatu yang dilihat seperti alunan musik atau lagu dapat dikatakan indah yang notabene hanya dapat didengar (tidak bisa dilihat) tetap bisa dikatakan indah. Penilaian terhadap suatu bahwa sesuatu itu indah atau tidak biasanya dikaitkan dengan sebuah pengandaian bahwa sebelumnya kita pernah mengalami dan mencerap sesuatu yang indah. Hal ini terkait dengan perasaan, yaitu perasaan terpukau, terpesona, kagum (Hartoko dalam Sugiarto 2014:77). Keindahan adalah sesuatu yang apabila dilihat atau didengar akan menimbulkan perasaan senang, terpukau, atau kagum sehingga timbul rasa puas secara emosional, bahkan secara spiritual.

### 3. Memiliki makna tertentu

Kata “makna” atau “arti” dikatakan berkonotasi fungsional jika kata, hal atau benda tertentu itu dikaitkan dengan sesuatu penggunaan atau kebermanfaatan. Sebuah benda warisan budaya dapat bersifat *tangible* dan *intangible*. Bersifat *tangible* artinya dapat disentuh, biasanya berupa benda konkret yang merupakan hasil buatan manusia dan dibuat untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Namun ada juga benda alami yang tidak diberi pengerjaan apa pun oleh tangan manusia menjadi warisan budaya karena pada masa berfungsinya benda tersebut diberi makna budaya oleh manusia (Sedyawati dalam Sugiarto 2014:78)

Suatu objek bisa dikatakan tidak memiliki keunikan dan keindahan, tetapi jika objek tersebut memiliki makna tertentu tetap saja akan menarik bagi wisatawan. Makna ini bisa dikaitkan dengan aspek *intangible* (tak benda, tak dapat diraba) yang melekat pada objek tersebut yang meliputi (a) konsep mengenai benda tersebut; (b) perlembangan yang diwujudkan melalui benda tersebut; (c) fungsi atau kegunaan benda tersebut; (d) isi pesan yang terkandung dalam benda tersebut; (e) teknologi pembuatan benda tersebut; (f) pola tingkah laku yang terkait dengan pemanfaatan benda tersebut.

#### 2.4.3 Syarat-syarat Daya Tarik Wisata

Terdapat syarat-syarat untuk menjadi daya tarik wisata dalam rangka mengundang wisatawan untuk mengunjunginya. Maryani dalam Utama dan I Wayan (2018:77) sebagai berikut:

- a. Daya tarik yang dapat disaksikan (*what to see*), hal ini mengisyaratkan bahwa pada daerah harus ada sesuatu yang menjadi daya tarik wisata atau suatu daerah mestinya mempunyai daya tarik yang khusus dan atraksi budaya yang bisa dijadikan sebagai hiburan bagi wisatawan. Apa yang disaksikan dapat terdiri dari pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata.
- b. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (*what to do*), hal ini mengisyaratkan bahwa di tempat wisata menyaksikan sesuatu yang menarik, wisatawan juga mesti diadakan fasilitas rekreasi yang bisa membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama.



- c. Sesuatu yang dapat dibeli (*what to buy*) hal ini mengisyaratkan bahwa tempat tujuan wisata mestinya menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja terutama barang *souvenir* dan kerajinan rakyat yang bisa berfungsi sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal wisatawan.
- d. Alat transportasi (*how to arrived*) hal ini mesti mampu dijelaskan bahwa untuk dapat mengunjungi daerah daya tarik tujuan wisata tersebut, kendaraan apa yang digunakan dan berapa lama wisatawan tiba ke tempat tujuan wisata yang akan dituju.
- e. Penginapan (*where to stay*) hal ini menunjukkan bagaimana wisatawan akan dapat tinggal untuk sementara selama mereka berlibur. Untuk menunjang keperluan tempat tinggal sementara bagi wisatawan yang berkunjung daerah tujuan wisata perlu mempersiapkan penginapan.

#### 2.4.4 Identifikasi Potensi Daya Tarik Wisata

Indonesia kaya akan keragaman dan potensi wisata yang berlimbah, hal tersebut menjadi alasan dalam gencarnya perkembangan industri pariwisata di Indonesia yang saat ini telah berkembang secara global, karena setiap wilayah geografis memiliki potensi yang menyebar di seluruh daerah, sektor pariwisata memiliki dampak yang *multieffect* dan *multiplayer* dalam pengembangannya.

Menurut Pujastawa dan I Nyoman dalam pedoman identifikasi daya tarik wisata, pendekatan pengembangan pariwisata yang lebih berorientasi pada pertumbuhan ekonomi atau yang lebih dikenal dengan pendekatan *advocacy* sangat populer pada tahun enam puluhan dimana hampir semua negara mengakui bahwa pariwisata mempunyai potensi yang cukup besar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Berbagai potensi pariwisata digali dan dimanfaatkan untuk mendukung bermacam-macam kegiatan ekonomi, menciptakan lapangan kerja baru, memperoleh devisa, dan motif-motif ekonomi lainnya. Pendekatan ini memiliki tujuan utama untuk menggali dan mengembangkan potensi sumber daya alam dan sosial budaya sebagai daya tarik wisata (Spaillane dalam Pujastawa dan I Nyoman, 2015:2).

Salah satu langkah penting terkait pengembangan kepariwisataan adalah studi identifikasi potensi daya tarik wisata. Hal ini menjadi penting karena perjalanan wisata ke suatu tempat pada dasarnya dipengaruhi oleh ketertarikan wisatawan terhadap sesuatu yang disebut daya tarik atau atraksi wisata.

Identifikasi daya tarik wisata merupakan langkah awal dari sebuah rencana pengembangan daya tarik wisata yang dilakukan melalui studi berdasarkan kaidah-kaidah ilmiah yang bertujuan untuk memahami jenis-jenis dan karakteristik potensi daya tarik wisata secara lebih luas dan mendalam (Pujaastawa dan I Nyoman, 2015:4). Potensi daya tarik wisata dapat diartikan sebagai segala sumber daya alam, budaya dan buatan manusia yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata.

Pada umumnya perkembangan daya tarik wisata terjadi secara spontan dan alamiah mengikuti alur kondisi dan keadaan tanpa adanya perencanaan yang matang, beberapa tahap perkembangan pariwisata yang terjadi secara terus menerus mengalami perubahan hal tersebut menunjukkan adanya siklus hidup. Konsep siklus hidup menunjukkan bahwa daerah tujuan wisata senantiasa mengalami perubahan dari waktu ke waktu dan kemajuannya dapat dilihat melalui tahapan-tahapan dari pengenalan hingga penurunan (Utama, 2018:39). Dengan pengelolaan yang baik, pariwisata berperan untuk memberdayakan sumber daya yang langka serta menjadikan industri pariwisata dapat diperpanjang siklus hidupnya dan berkelanjutan (Theobald dalam Utama 2018:39)

Siklus hidup pariwisata atau Daur hidup desnitasi umumnya mengacu pada konsep *Tourist Area Lifecycle* (Butler dalam Utama 2018:42) terdapat beberapa tahapan yaitu:

- a. Tahap 1. Penemuan (*Eksploration*)  
Potensi pariwisata berada pada tahapan identifikasi dan menunjukkan destinasi memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata karena didukung oleh keindahan alam yang masih alami, daya tarik alamiah masih asli, pada sisi lainnya telah ada kunjungan wisatawan dalam jumlah kecil dan mereka masih leluasa dapat bertemu dan berkomunikasi serta berinteraksi daengan penduduk lokal. Karakteristik ini cukup untuk dijadikan alasan pengembangan sebuah kawasan menjadi sebuah destinasi atau daya tarik wisata.
- b. Tahap 2. Pelibatan (*Involvement*)  
Pada tahap pelibatan dimana masyarakat mengambil inisiatif dengan menyediakan berbagai pelayanan wisata menunjukkan tanda tanda peningkatan dalam beberapa periode masyarakat dan pemerintah lokal mulai melakukan sosialisasi dan promosi terbatas, seperti kunjungan wisatawan dalam jumlah besar dimusim tertentu. Dalam kondisi ini pemerintah lokal berinisiatif membangun infrastruktur pariwisata namun masih dalam skala dan jumlah yang terbatas
- c. Tahap 3. Pengembangan (*Development*)

Pada tahapan ini, sektor pariwisata telah terjadi kunjungan wisatawan dalam jumlah besar dan pemerintah sudah mulai berani mengundang investor nasional atau internasional untuk menanamkan modal dikawasan wisata yang akan dikembangkan. Pada tahap ini juga organisasi pariwisata mulai terbentuk dan menjalankan fungsinya khususnya fungsi promotif yang dilakukan bersama dengan pemerintah.

d. Tahap 4. Konsolidasi (*Consolidation*)

Pada tahap ini sektor pariwisata menunjukkan dominasi dalam struktur ekonomi pada suatu kawasan dan ada kecenderungan dominasi jaringan internasional semakin kuat memegang peranannya pada destinasi tersebut. Kunjungan wisatawan menunjukkan peningkatan cukup positif namun terjadinya persaingan harga antara usaha di kawasan tersebut dan peranan pemerintah lokal semakin berkurang sehingga perlunya tahap konsolidasi untuk melakukan penyesuaian kembali peran dan tugas antara sektor pariwisata dan swasta.

e. Tahap 5. Stagnasi (*Stagnation*)

Pada tahapan ini angka kunjungan tertinggi telah tercapai dan beberapa periode menunjukkan angka yang cenderung stagnan. Meskipun angka kunjungan tinggi namun menunjukkan destinasi sudah tidak menarik lagi, berbagai upaya promosi dilakukan untuk menarik kunjungan wisatawan. Pengelolaan destinasi melampaui daya dukung sehingga terjadi hal hal yang negatif.

f. Tahap 6. Penurunan atau Peremajaan (*Decline/Rejuvenation*)

Setelah terjadi stagnasi, ada dua kemungkinan bisa terjadi pada kelangsungan sebuah destinasi. Jika tidak dilakukan usaha-usaha jalan keluar maka akan terjadi penurunan sehingga ditinggalkan oleh para wisatawan yang mencari destinasi yang lebih menarik. Jika ingin melanjutkan pariwisata perlu pertimbangan mengubah pemanfaatan destinasi dan membuat destinasi lebih menarik lagi untuk dikunjungi dengan cara mengkreasikan/merekayasa/membangun sesuatu (man-made).

Perkembangan daya tarik wisata yang spontan kadang menimbulkan banyak kesulitan dalam penataannya, baik penataan fisik maupun kelembagaanya, bahkan kerap berpotensi konflik kepentingan. Untuk memahami pariwisata hendaklah disadari sebagai fenomena multidimensi yang didalamnya mencakup dimensi ekonomi, sosial budaya ekologi dan sebagainya sehingga pengembangan daya tarik wisata harus dilakukan dengan berbagai pendekatan terpadu melibatkan berbagai bidang keilmuan (multidisiplin).

Pengembangan suatu daya tarik wisata disamping bertumpu pada potensi daya tarik wisata (alam, budaya, dan buatan) sebagai modal utama juga perlu memperhatikan hal hal sebagai berikut :

- a. Menarik untu dikunjungi, disaksikan, dan dipelajari
- b. Mempunyai kekhususan yang berbeda dengan daya tarik wisata yang lain
- c. Tersedianya akses yang memadai menuju daya tarik wisata
- d. Tersedianya fasilitas pariwisata seperti akomodasi, restoran dan fasilitas lainnya
- e. Memenuhi tiga persyaratan,yaitu (a) *something to see*, menarik untuk dilihat wisatawan, (b) *something to do*, memiliki sesuatu yang memungkinkan wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata, (c) *something to buy*, sesuatu yang dapat dibeli wisatawan (Yoeti dalam Pujaastawa dan I Nyoman 2015:11)

#### 2.4.5 Dimensi Daya Tarik Wisata

Dimensi dapat diartikan sebagai suatu ukuran, aspek yang membuat atribut, elemen, item, fenomena ataupun faktor. Dalam daya tarik wisata terdapat tujuh dimensi menurut Avenzora dalam Qayyimah (2017:13) yaitu:

- a. Keunikan : Aspek keunikan menggambarkan nilai eksistensi suatu objek atau *event* dalam konteks kepariwisataan.
- b. Kelangkaan : Aspek kelangkaan merupakan representasi komparatif dari *intangibile value* suatu objek wisata terhadap objek sejenis lainnya.
- c. Keindahan : Aspek keindahan merupakan *extrinsic values* dan *intrinsic values* yang dimiliki oleh suatu objek wisata dalam menyediakan kepuasan wisatawan dalam melihat benda tersebut.
- d. Seasonitas : Aspek seasonilitas menggambarkan waktu ketersediaan suatu objek untuk bisa diakses wisatawan dalam hal memenuhi kepuasan berwisatanya.
- e. Aksesibilitas : Aspek aksesibilitas menggambarkan tentang kondisi dan proses yang harus dilakukan wisatawan dalam mendatangi suatu objek wisata tersebut berada.
- f. Sensitivitas : Aspek sensitivitas merupakan representasi tata nilai *sustainable tourism* dalam menilai pengaruh kegiatan wisata terhadap keberlanjutan objek itu sendiri maupun elemen lingkungan sekitarnya.
- g. Fungsi Sosial : Aspek sosial penting karena adanya potensi dampak sosial dalam kegiatan wisata.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Judul Penelitian   | Penulis                                | Metode  | Hasil   |
|----|--|--|---|---|
| 1. | Potensi Batik Sebagai Daya Tarik Desa Wisata (Studi Kasus Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah) | Hery Kristanto (2018)                  | Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi   | Hasil penelitian ini adalah potensi batik sebagai daya tarik desa wisata di desa Jarum potensi batik yang dihasilkan meliputi batik canting, motif batik berbayar dan batik kayu Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten Jawa Tengah.  |
| 2. | Potensi Batik Bakaran Dalam Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pati   | Nurina Eggar Purwaningtyas, dkk (2014) | Penelitian ini menggunakan metode penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu studi kepustakaan, observasi, wawancara dan dokumentasi. | Hasil penelitian menyatakan batik bakaran memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata kabupaten pati, potensi tersebut antar lain desa bakaran dapat menjadi tempat tujuan wisata. Batik bakaran juga memiliki potensi ekonomi yang dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat desa bakaran                                     |
| 3. | Kearifan Lokal Pada Industri Kerajinan Kain Tradisional Palembang Di Tuan Kentang Sebagai Daya Tarik Wisata      | Dita Mutiara Indah (Skripsi: 2019)     | Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan teknik <i>accidental sampling</i> dan analisis SWOT  | Hasil penelitian dengan menggunakan perhitungan analisis SWOT yaitu menunjukkan bahwa posisi sentra Industri Kampung Kain Tuan Kentang berada pada kuadran I, sehingga strategi yang dapat digunakan yaitu mendukung kebijakan yang <i>agresif (growt oriented strategy)</i> dengan memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang yang ada. |

**Tabel 2.2**  
**Perbedaan Penelitian Terdahulu**

| <b>No</b> | <b>Judul Penelitian</b>  | <b>Penulis</b>                         | <b>Metode</b>  |
|-----------|--|--|--|
| 1.        | Potensi Batik Sebagai Daya Tarik Desa Wisata (Studi Kasus Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah) | Hery Kristanto (2018)                  | Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi  |
| 2.        | Potensi Batik Bakaran Dalam Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pati   | Nurina Eggar Purwaningtyas, dkk (2014) | Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu studi kepustakaan, observasi, wawancara dan dokumentasi. |
| 3.        | Kearifan Lokal Pada Industri Kerajinan Kain Tradisional Palembang Di Tuan Kentang Sebagai Daya Tarik Wisata      | Dita Mutiara Indah (Skripsi:2019)      | Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik <i>Accidental Sampling</i> dan teknik analisis SWOT.              |

**Tabel 2.3**  
**Penelitian Sekarang**

| <b>No</b> | <b>Judul Penelitian</b>  | <b>Penulis</b>           | <b>Metode</b>   |
|-----------|--|--------------------------|---|
| 1.        | Potensi Batik Kujur Sebagai Daya Tarik Wisata di Kelurahan Tanjung Enim Kecamatan Lawang Kidul Kabupaten Muara Enim. | Ristia Selviyanti (2020) | Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi literatur dengan teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. |

Perbedaan antara penelitian terdahulu dan sekarang terletak pada lokasi penelitian, waktu penelitian dan metode penelitian yang dipakai.