

**PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS
PERSEPSI PEMUDA
(STUDI KASUS: DESA MATTABULU, KABUPATEN SOPPENG)**

*DEVELOPMENT OF TOURIST VILLAGE BASED ON
YOUTH PERCEPTION
(CASE STUDY: MATTABULU VILLAGE, SOPPENG REGENCY)*

REZA PERMANA

P022181034



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

**PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS
PERSEPSI PEMUDA
(STUDI KASUS: DESA MATTABULU, KABUPATEN SOPPENG)**

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Perencanaan dan Pengembangan Wilayah

Disusun dan diajukan oleh

REZA PERMANA

Kepada

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2020

TESIS

PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS PERSEPSI PEMUDA (STUDI KASUS: DESA MATTABULU KABUPATEN SOPPENG)

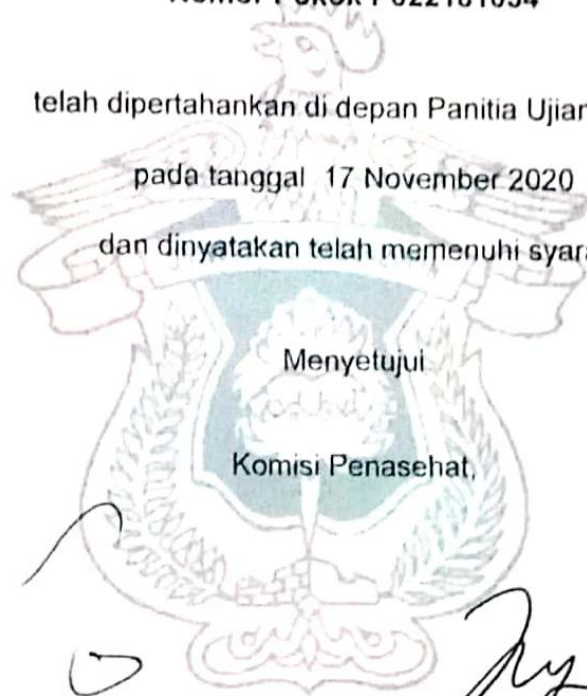
Disusun dan diajukan oleh

REZA PERMANA
Nomor Pokok P022181034

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis

pada tanggal 17 November 2020

dan dinyatakan telah memenuhi syarat



Menyetujui

Komisi Penasehat,

Dr. Ir. Abdul Rasyid J, M.Si
Ketua

Drs. Masbi, M.Si., Ph.D
Anggota

Ketua Program Studi
Perencanaan Pengembangan Wilayah

Dekan Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin,

Prof. Dr. Ir. Ahmad Munir, M.Eng



Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : REZA PERMANA

Nomor Mahasiswa : P022181034

Program Studi : Perencanaan & Pengembangan Wilayah

Manajemen Kepemimpinan Pemuda

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 23 November 2020

Yang menyatakan



REZA PERMANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini, Tesis ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Magister pada Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin.

Penulis meyakini bahwa dalam proses penulisan tesis ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan rasa hormat menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dwia Aries Tina Palubuhu, M. A. Selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
2. Prof. Dr. Jamaluddin Jompa, M. Sc. Selaku Dekan Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin.
3. Prof. Dr. Ir. Ahmad Munir, M. Eng. Selaku Ketua Program Studi Perencanaan Pengembangan Wilayah Pascasarjana Universitas Hasanuddin sekaligus sebagai Komisi Penguji
4. Dr. Ir. Abd. Rasyid, M.Si dan Drs. Hasbi, M.Si. Ph.D selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak memberikan saran, masukan dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian tesis ini.
5. Prof. Dr. Ir. Slamet Tri Sutomo, MS, Ir. Ria Wikantari, M.Arch, Ph.D. dan Dr. Eng. Abdul Rahman Rasyid, ST., M.Si, selaku Komisi penguji

yang telah banyak memberikan saran dan masukan yang mengarah pada perbaikan dalam penelitian dan penulisan.

6. Bapak dan Ibu dosen pengajar dan pengampuh mata kuliah dari berbagai program studi yang telah menyumbangkan ilmunya kepada penulis selama berada di lingkungan pendidikan Universitas Hasanuddin.
7. Kementrian Pemuda dan Olahraga selaku Penyelenggara Program Beasiswa Kepemudaan sehingga penulis dapat melanjutkan pendidikan pada jenjang program magister di Universitas Hasanuddin.
8. Kedua orang tua penulis, Ayahanda Dr. Sulo, M.Si dan Ibunda Hj. Sitti Rohani, S.Sos., M.Si yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan moril kepada penulis dalam menyelesaikan studi.
9. Istri saya Sitti Rabiatul Adawiyah, S.Si., M.Si, dan Ananda Muhammad Nasyith Al Azhar yang telah memberikan dorongan setulus hati dalam menyelesaikan studi program Pascasarjana, semoga ilmu yang penulis dapatkan bermanfaat bagi keluarga.
10. Pemerintah dan Masyarakat Desa Mattabulu Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng atas kerjasamanya dalam memberikan data dan informasi sesuai kebutuhan penulis.
11. Staf Bidang Tata Ruang Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang yang telah membantu dan mendukung selama penyusunan tesis ini.

12. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa Program Studi Perencanaan dan Pengembangan Wilayah, Konsentrasi Manajemen Kepemimpinan Pemuda angkatan 2018 yang senantiasa bersedia bertukar informasi dan memberikan sumbangsih pemikiran selama studi dan
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung selama perkuliahan dan penyusunan tesis.

Semoga segala kebaikan dan keiklasan mereka semua mendapatkan balasan dari Allah SWT dan mudah-mudahan tesis ini mempunyai manfaat bagi pihak yang memerlukannya. Amin.

Makassar, 23 November 2020

REZA PERMANA

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Ruang Lingkup Penelitian	10
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Tinjauan Hasil Penelitian	13
B. Definisi Pariwisata	21
C. Konsep Pemuda	25
D. Pengertian Persepsi	28

E. Jenis dan Macam Pariwisata	30
F. Desa Wisata	31
G. Pengembangan Desa Wisata	34
H. Aspek dalam Penawaran Definisi Pariwisata	37
I. Kerangka Berpikir	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian	44
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	45
C. Populasi dan Sampel	47
D. Jenis dan Sumber Data	48
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Teknik Analisis Penelitian	52
G. Variabel Penelitian	58
H. Definisi Operasional	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Gambaran Umum	62
B. Karakteristik Responden	76
C. Persepsi Pemuda Terhadap Desa Wisata Mattabulu	82
D. Arahana Pengembangan Desa Wisata Mattabulu	89
BAB V PENUTUP	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran	104

DAFTAR PUSTAKA

105

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Matriks Penelitian terdahulu	17
2. Informan Penelitian	50
3. Variabel Penelitian	58
4. Luas Daerah Tiap Kecamatan di Kabupaten Soppeng	63
5. Pembagian Wilayah Administratif Kecamatan Lalabata	67
6. Jumlah Responden Desa Wisata Mattabulu Berdasarkan Jenis Kelamin	76
7. Jumlah Responden Desa Wisata Mattabulu Berdasarkan Karakteristik Usia	77
8. Jumlah Responden berdasarkan Pekerjaan	78
9. Jumlah Responden berdasarkan Penghasilan	79
10. Jumlah Responden berdasarkan Moda Transportasi	80
11. Jumlah Responden berdasarkan Intensitas Kunjungan	81
12. Tingkat Kesesuaian Persepsi Pemuda terhadap Desa Wisata Mattabulu	82
13. Analisis strategis penentuan pengembangan	92
14. IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>) untuk <i>Strength</i> (Kekuatan) Pengembangan Desa Wisata Mattabulu	94
15. IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>) untuk <i>Weakness</i> (Kelemahan) Pengembangan Desa Wisata	

Mattabulu	95
16. EFAS (<i>Eksternal Strategic Faktors Analysis Summary</i>) untuk <i>Oppurtunity</i> (Peluang) Pengembangan Desa Wisata Mattabulu	96
17. EFAS (<i>Eksternal Strategic Faktors Analysis Summary</i>) untuk <i>Threat</i> (Ancaman) Pengembangan Desa Wisata Mattabulu	97
18. Arahan Pengembangan Strategi S-O	99

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Peta Lokasi Penelitian	46
2. Matriks Importance Anallysis	54
3. Kuadran Analisis SWOT	56
4. Peta Administrasi Kabupaten Soppeng	64
5. Peta Destinasi Wisata Kabupaten Soppeng	65
6. Peta Administrasi Kecamatan Lalabata	68
7. Peta Administrasi Desa Mattabulu	70
8. Ketersediaan Fasilitas dan Utilitas di Desa Wisata Mattabulu	73
9. Diagram matriks <i>Importance Performance Analysis</i> berdasarkan Persepsi Pemuda	87
10. Grafik Analisis SWOT	98

ABSTRAK

REZA PERMANA *Pengembangan Desa Wisata Mattabulu Berbasis Persepsi Pemuda: Studi Kasus Desa Mattabulu, Kabupaten Soppeng* (dibimbing oleh Abd. Rasyid dan Hasbi).

Penelitian ini bertujuan menganalisis arahan pengembangan pariwisata di Desa Mattabulu Kabupaten Soppeng berbasis persepsi pemuda

Metode penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif melalui penggunaan analisis *important performance analysis* (IPA) yang kemudian menentukan strategi dengan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Mattabulu belum berkualitas yang dapat diketahui melalui total hasil skor kesesuaian atraksi wisata, aksesibilitas, dan amnesitas dengan total nilai sebesar 79,25% sehingga perlu dilakukan peningkatan kualitas terhadap Desa Wisata Mattabulu agar meningkat minat wisatawan. Dari hasil penilaian bobot dan skoring tabel IFAS dan EFAS, diketahui kondisi pengembangan Desa Wisata Mattabulu terletak di kuadran I sehingga prioritas pengembangannya terletak di strategi S-O karena hal ini mengindikasikan bahwa Desa Mattabulu berada di posisi yang memerlukan pengembangan dan pemanfaatan potensi yang menjadi faktor kekuatan untuk memaksimalkan pemanfaatan peluang yang ada.

Kata kunci: desa wisata, pemuda, pengembangan



ABSTRACT

REZA PERMANA. *The Development of Tourist Village Based on Youth Perception. (Case Study: Mattabulu Village, Soppeng Regency).* (supervised by **Abd. Rasyid dan Hasbi**).

This research aims to analyze how to direct the tourism improvement in Mattabulu village, Soppeng regency based on youth perspectives and perceptions.

This research's methods used was quantitative method, through the important performance analysis (IPA) which then determined to take a strategy based-on SWOT analysis.

The research's result shown that Mattabulu tourism has not have quality yet to be a tourism destination. it can be seen from total score of the suitability's tourist attractions, accessibility and amenities with total 79,25 %, so therefore its necessary to improve the quality of Mattabulu's tourism, toward the interest of tourists. Based on weight and scoring assessments that done by IFAS and EFAS for Mattabulu village improvements as tourism destination, which is in quadrant 1, shows that the main priority based on S-O strategy is indicated that Mattabulu village needs to be improved and utilized as a main strength of tourism destination to maximize every opportunity.

Keywords: Tourism Village, Youth; Development



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan industri terbesar dan terkuat dalam pembiayaan ekonomi global. Sektor ekonomi akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia pada abad ke-21, dan menjadi salah satu industri yang mengglobal.

Pariwisata dianggap sebagai suatu aset yang strategis untuk mendorong pembangunan pada wilayah-wilayah tertentu yang mempunyai potensi objek wisata, dengan perkembangan industri pariwisata di suatu wilayah, arus urbanisasi ke kota – kota besar dapat lebih ditekan. Hal ini disebabkan pariwisata memiliki tiga aspek dampak yakni aspek ekonomis (sumber devisa, pajak – pajak), aspek sosial (penciptaan lapangan kerja) dan aspek budaya (Hartono, 1974: 45). Keberadaan sektor pariwisata tersebut seharusnya memperoleh dukungan dari semua pihak seperti pemerintah daerah sebagai pengelola, masyarakat yang berada di lokasi objek wisata serta partisipasi pihak swasta sebagai pengembang.

Menurut data dari Badan Informasi Geospasial Tahun 2013 dalam Kadek (2014), pariwisata telah memberikan devisa yang cukup besar bagi berbagai Negara. Indonesia sebagai Negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari 17.508 pulau atau disebut juga sebagai nusantara atau

negara maritim, telah menyadari betapa pentingnya sektor pariwisata terhadap perekonomian Indonesia dikarenakan pertumbuhan pariwisata Indonesia selalu di atas pertumbuhan perekonomian Indonesia.

Berdasarkan Undang-Undang Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional Tahun 2005-2025 mengenai kepariwisataan menjelaskan bahwa kepariwisataan dikembangkan agar mampu mendorong kegiatan ekonomi dan meningkatkan citra Indonesia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, serta memberikan perluasan kesempatan kerja. Pengembangan kepariwisataan memanfaatkan keragaman pesona keindahan alam dan potensi nasional sebagai wilayah wisata bahari terluas di dunia secara arif dan berkelanjutan, serta mendorong kegiatan ekonomi yang terkait dengan pengembangan budaya bangsa.

Dalam mendorong pembangunan kepariwisataan, pemerintah pusat telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010–2025 dan menetapkan peta perwilayahan pembangunan 222 (dua ratus dua puluh dua) kawasan pengembangan pariwisata nasional (KPPN) pada 50 (lima puluh) Destinasi Pariwisata Nasional dan 88 (delapan puluh delapan) Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN).

Salah satu Destinasi Pariwisata Nasional yang ditetapkan dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional adalah Provinsi

Sulawesi Selatan, dengan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) ke 38 yaitu Makassar-Takabonerate dan Sekitarnya dengan Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional yang terdiri dari KPPN Makassar Kota dan sekitarnya, KPPN Maros Karst dan sekitarnya, KPPN Bulukumba dan sekitarnya, KPPN Sinjai dan sekitarnya, KPPN Soppeng dan sekitarnya dan KPPN Takabonerate dan sekitarnya. Sedangkan 3 (tiga) KPPN lainnya yaitu KPPN Sengkang dan sekitarnya, KPPN Toraja dan sekitarnya serta KPPN Palopo dan sekitarnya bergabung dengan provinsi Sulawesi Barat dan Sulawesi Tengah dalam DPN Toraja–Lorelindu dan sekitarnya.

Dengan demikian menunjukkan bahwa Kabupaten Soppeng dengan segala keunikan alam dan budaya sebagai potensi dasar pariwisata telah ditetapkan dan menjadi bagian integral dari pembangunan kepariwisataan nasional sehingga menjadi prioritas pembangunan dan secara bersama-sama dengan kawasan lain, telah menjadi citra daya tarik kepariwisataan nasional.

Sulawesi Selatan merupakan provinsi yang kaya akan sumber daya alam tetapi belum di pergunakan sebaik mungkin sehingga masih ketinggalan dengan daerah lain untuk itu potensi yang ada perlu digali dan di tumbuh kembangkan. Agar kemampuan tersebut dapat terwujud maka kehidupan di segala bidang perlu pengelolaan secara baik, begitupun juga dengan bidang kepariwisataan telah membuat suatu arah kebijakan bagi pengembangan pariwisata agar pengembangan di masa yang akan datang dapat terwujud sesuai arahan kebijakan untuk itu potensi yang ada perlu

dimanfaatkan sebaik mungkin agar dapat menunjang pembangunan daerah.

Sulawesi Selatan mempunyai potensi yang dapat dikembangkan sebagai daerah pariwisata, disamping karena didukung oleh potensi pariwisata di setiap kabupaten. Posisi kepariwisataan kabupaten Soppeng dalam kebijakan pembangunan pariwisata provinsi Sulawesi Selatan ditempatkan sebagai Satuan Kawasan Pengembangan Pariwisata (SKPP), yaitu Kawasan Strategis Pariwisata Daerah (KSPD) Wajo dan sekitarnya, terdiri dari Kabupaten Bone, Kabupaten Soppeng, Kabupaten Wajo, dan Kabupaten Sidrap dengan Pusat KSPD terletak di Kabupaten Bone. Pada KSPD Wajo dan Sekitarnya terdapat beberapa daya tarik wisata yang dapat dikemas dalam satu paket perjalanan wisata yang menjadi unggulan yaitu terdiri dari DTW Alam, DTW Budaya, DTW Sejarah, DTW Tirta, dan DTW Agro, serta pengembangan daya tarik wisata minat khusus atau wisata penelitian yaitu pada kawasan industri Kerajinan dan pengolahan.

Kabupaten Soppeng memiliki potensi pariwisata yang begitu beragam, khususnya dari sisi produk wisata. Dengan potensi alam dan budaya yang dimiliki, Kabupaten Soppeng menawarkan berbagai daya tarik wisata. Produk wisata Kabupaten Soppeng memiliki keragaman, baik alam yang terdiri panorama alam, gunung, danau, sungai, hutan, air terjun dan sumber mata air, beserta keanekaragaman flora dan faunanya, dataran rendah dengan pola kehidupan masyarakat agraris,. Adapun jenis potensi daya Tarik wisata yang dimiliki oleh kabupaten Soppeng yaitu daya Tarik

wisata alam yang terdiri dari Kawasan TWA Lejja, Kawasan TWA Danau Tempe, Kawasan TWA Citta, Kawasan TWA Gua Coddong, Kawasan TWA Lereng Hijau Bulu Dua, Kawasan Populasi Kelelawar Taman Kalong, Kawasan Persuteraan Alam Donri-Donri, Kawasan Adventure Park Gattareng Toa, Mattabulu, Puncak Biccuing, AppejjengngE, Air terjun Sarasa Tanre, Air Terjun Lapasarengi, Air Terjun Batu Murue, Air Terjun Lamelle TeppoE, Air terjun Luppereng Kajoe, Air Terjun Laposo dan Puncak Sewo. Adapun daya Tarik wisata sejarah dan budaya terdiri dari prosesi perkawinan, Tari tradisional, music dan lagu tradisional, Villa Yuliana, Kawasan Makam Kuno Jera LompoE, Kompleks Istana Datu Soppeng, Makam Syekh Abdul Majid (Tuang Uddunge), Makam Petta Bulu Matanre, Situs Megalitik Lawo, Situs Megalitik Tinco, Situs Megalitik Sewo, Situs Megalitik Umpungeng, Gereja Katholik Patung Bunda Maria, Kompleks Makam Petta Ujung, Kompleks Makam Jera CaddiE, Menhir Latemmamala (Lamumpatue), Situs Tomanurung Sanyili, Makam Datu Mario, Makam Petta Janggo, Makam Sulewettang Kebo dan Petta Karame, Situs Kecce, Situs Marale, Kompleks Makam Datu Salaonro, Kompleks Makam AbbanuangE, Saoraja Pattojo, Makam KalokoE Watu, Situs Goarie dan Museum Callo. Untuk daya tarik wisata buatan dan wisata minat khusus terdiri dari Kawasan Wisata Ompo dan Kompleks Sao Mario.

Pengembangan pariwisata khususnya di Kabupaten Soppeng telah menawarkan beberapa daya tarik pariwisata mulai dari wiata alam, wisata sejarah dan budaya, serta wisata buatan yang tersebar di beberapa

kecamatan. Kabupaten Soppeng memiliki peluang yang menonjol untuk dikembangkan sebagai daerah wisata. Peluang tersebut dimungkinkan jika dilaksanakan suatu perencanaan dan pengembangan yang berorientasi pada sifat yang spesifik sebagaimana karakteristik yang akan dikembangkan dengan tetap memperhatikan aspek sosial budaya dan sosial ekonomi terlebih pada aspek lingkungan.

Salah satu destinasi wisata yang potensial berada di Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng yaitu Desa Mattabulu. Desa Mattabulu memiliki potensi alam untuk dikembangkan sebagai Desa Wisata. Desa ini berjarak kurang lebih 7 Km dari pusat Kota Kabupaten Soppeng.

Pengembangan Desa Mattabulu menjadi desa wisata harus memperhatikan kemampuan dan tingkat penerimaan masyarakat setempat yang akan dikembangkan menjadi desa wisata. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui karakter dan kemampuan masyarakat yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan desa wisata, menentukan jenis dan tingkat pemberdayaan masyarakat secara tepat.

Tentunya perkembangan industri pariwisata yang dalam hal ini adalah desa wisata mempunyai dampak bagi ekonomi suatu wilayah, antara lain pemerataan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta peningkatan pendapatan daerah.

Penyertaan pemuda sebagai bagian yang berkesinambungan dengan masyarakat sebagai subjek pembangunan adalah suatu keharusan dalam upaya mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Ini berarti

pemuda diberi peluang untuk berperan aktif mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi dalam setiap tahap pembangunan yang diprogramkan. Pemuda adalah kaum muda yang harus dilihat sebagai “pribadi” yang sedang berada pada taraf tertentu dalam perkembangan hidup seseorang manusia, dengan kualitas dan ciri tertentu yang khas, dengan hak dan peranan serta kewajiban tertentu dengan potensi dan kebutuhan tertentu pula. Di dalam UU no. 40 tahun 2009 tentang kepemudaan, pemerintah telah menjelaskan arti penting pemuda dalam pembangunan nasional, yaitu tercantum dalam pertimbangan poin b yang menyebutkan :

“ (b). Bahwa dalam pembaruan dan pembangunan bangsa pemuda mempunyai fungsi dan peran yang sangat strategis sehingga perlu dikembangkan potensi dan perannya melalui penyadaran, pemberdayaan, dan pengembangan sebagai bagian dari pembangunan nasional”.

Desa Mattabulu yang merupakan desa harus mempertahankan eksistensi pemuda dalam pembangunan, agar melibatkan pemuda dalam mengelola wisata alam Desa Mattabulu. Dikarenakan pemuda merupakan generasi penerus yang seharusnya menjadi harapan. Tanpa jerih payah pemuda Indonesia tidak akan merdeka, kita sebagai generasi penerus hendaknya meneruskan perjuangan mereka di era yang berbeda dengan tantangan yang berbeda pula. Seperti pepatah Soekarno, “beri aku sepuluh pemuda maka akan ku guncangkan dunia”. Dari pepatah tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa pemuda memiliki kekuatan yang besar untuk turut

andil dalam pembangunan, tetapi apakah pemuda pada sekarang sadar bahwa pembangunan memerlukan keterlibatan pemuda.

Oleh sebab itu, setiap pembangunan memerlukan keterlibatan pemuda. Selain sebagai generasi penerus pemuda mempunyai jiwa semangat yang membara serta daya pikir yang lebih maju. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengkaji tentang pengembangan desa wisata alam berbasis persepsi pemuda.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis arahan pengembangan pariwisata di Desa Mattabulu Kabupaten Soppeng berbasis persepsi pemuda. Strategi pengembangan wisata alam tersebut tentunya harus sesuai dengan kondisi dan keinginan dari masyarakat itu sendiri. Sehingga bisa menghasilkan suatu strategi yang relevan dan dapat diaplikasikan dalam pengembangan wisata di Desa Mattabulu.

B. Rumusan Masalah

Penyertaan pemuda sebagai bagian yang berkesinambungan dengan masyarakat sebagai subjek pembangunan adalah suatu keharusan dalam upaya mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Ini berarti pemuda diberi peluang untuk berperan aktif mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi dalam setiap tahap pembangunan yang diprogramkan. Desa Mattabulu merupakan desa yang harus mendorong eksistensi pemuda dalam pengembangan desa wisata, sehingga penting

untuk mengetahui **bagaimana persepsi pemuda terhadap kualitas objek wisata dalam pengembangan Desa Wisata di Desa Mattabulu?**

Strategi pengembangan wisata alam tersebut tentunya harus sesuai dengan kondisi dan keinginan dari pemuda itu sendiri. Sehingga bisa menghasilkan suatu strategi yang relevan dan dapat diaplikasikan dalam pengembangan desa wisata di Desa Mattabulu. Oleh sebab itu, penting untuk menganalisis **bagaimana arahan pengembangan Desa Wisata Mattabulu Kabupaten Soppeng?**

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi pemuda terhadap kualitas objek wisata dalam pengembangan Desa Wisata di Desa Mattabulu.
2. Untuk merumuskan arahan pengembangan Desa Wisata Mattabulu Kabupaten Soppeng.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis, diharapkan dapat memberikan informasi dan kontribusi untuk menjadi bahan kajian ilmu pengetahuan dan hasil dari penelitian ini diharapkan memberi nilai tambah yang selanjutnya dapat dikomparasikan dengan penelitian-penelitian ilmiah lainnya khususnya dalam ilmu perencanaan dan

pengembangan wilayah dalam manajemen kepemimpinan pemuda yang berkaitan dengan potensi pemuda dalam pengembangan wisata alam.

2. Manfaat praktis, hasil penelitian ini di harapkan;
 - a. Menjadi masukan bagi instansi pemerintah dan pihak-pihak terkait mengenai eksistensi pemuda dalam pengembangan wisata alam.
 - b. Sebagai model untuk kegiatan pengembangan desa wisata demi meningkatkan pembangunan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini masalah yang di kaji sangat luas, sehingga perlu batasan masalah dalam ruang lingkup pembahasan. Untuk memperjelas arah rumusan masalah yang telah di kemukakan di atas maka ruang lingkup batasan masalah adalah aspek potensi wisata pada lokasi penelitian. Adapun aspek tersebut meliputi aspek fisik lingkungan dan aspek fisik ketersediaan fasilitas penunjang sebagai alat untuk mendukung daya tarik tersebut, serta bagaimana arahan pengembangannya berbasis komunitas pemuda.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan proposal ini di bagi kedalam 5 (lima) Bab, dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan ruang lingkup serta sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat tentang definisi pariwisata, jenis dan macam pariwisata .pengembangan pariwisata, empat aspek dalam penawaran definisi pariwisata, konsep desa wisata, konsep pemuda, definisi komunitas, partisipasi komunitas pemuda dan kerangka berpikir

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat tentang jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi, dan sampel jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data, variabel penelitian dan definissi operasional.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat tentang mengenai gambaran umum lokasi penelitian dan analisis data serta pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan saran-saran yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

I Made Adi Dharmawan, Imade Sarjana dan I Dewa Ayu Sri Yudhari (2014) melakukan penelitian tentang Strategi Pengembangan Desa Wisata di Desa Belimbing Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan, di Dsea Belimbing Kecaatan Pupuan Kabupaten Tabanan.. Penelitian tersebut menggunakan teknik analisis kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Hasil yang diperoleh dalam penelitian adalah Prioritas yang dapat dilakukan adalah mengembangkan desa wisata dan mempertahankan daya Tarik dengan mempersiapkan paket wisata, memersiapkan rute/peta tracking dan penataan kawasan.

Dodi Widiyanto, Joni Purwo Handoyo, Alia Fajarwati, (2014) melakukan penelitian tentang Pengembangan Periwisata Perdesaan (Suatu Usulan Strategi bagi Desa Wisata Ketingan). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis SWOT . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi yang hendaknya dikembangkan yaitu dengan meningkatkan pemasaran, kualitas SDM, kualitas pelayanan, dan memelihara mutu dari apa yang menarik dan ditawarkan oleh obyek wisata tersebut.

Ana Irhandayaningsih (2019) melakukan penelitian tentang Strategi Pengembangan Desa Gemawang Sebagai Desa Wisata Eko Budaya di Desa Gemawang Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan potensi Desa Wisata Gemawang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian yang ditemukan yaitu Desa Gemawang merupakan desa wisata yang memiliki potensi berupa bentang alam dan potensi produk budaya.

Vica Vanessa Sesaryo Timang, Antariksa dan Ismu Rini Dwi Ari (2014) melakukan penelitian tentang *Tourism Development Strategy of Buntula'bi Balusu Sub-village, North Toraja Regency Based on Tourist Perception* di Desa Balusu, Kecamatan Balusu, Kabupaten Toraja. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menggali potensi wisata Desa Balusu guna merumuskan strategi pembangunan berkelanjutan yang tepat. Analisis IPA digunakan untuk menganalisis penelitian ini. Adapun hasil penelitiannya yaitu Potensi wisata di Dusun Buntula'bi merupakan konstitusi bangunan kuno dan lingkungan tradisional. Berdasarkan analisis IPA, prioritas utama dalam strategi pengembangan pariwisata dirumuskan menjadi: Meningkatkan fasilitas umum Mengoptimalkan kondisi jalan untuk akses yang lebih baik Kembangkan lebih banyak restoran dan akomodasi Mengembangkan toko souvenir.

Soonki Kim (2019) melakukan penelitian tentang *Tourism Impacts Continuity of World Heritage List Inscription and Sustainable Management of Hahoe*

Village, Korea: A Case Study of Changes in Tourist Perceptions. Tujuan penelitian ini adalah Memverifikasi arah pengelolaan masa depan dan rencana pembangunan desa hahoe yang berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan yaitu Kuesioner digunakan sebagai metode penelitian. Hasil yang ditemukan pada penelitian ini adalah untuk menetapkan rencana pengelolaan yang efektif dan untuk menyeimbangkan pengembangan pariwisata di masa depan dan keberlanjutan diperlukan: (1) Berkonsultasi dengan semua kelompok pemangku kepentingan terkait, termasuk agen publik dan swasta, dan (2) menilai risiko terkait kepada wisatawan. Konsultasi dan penilaian didasarkan pada pemahaman tentang tujuan dan sumber daya Desa Hahoe.

Wei Li (2020) melakukan penelitian tentang *Research on Tourist Perception of Bama Longevity Village Image Based on Network Text Analysis* di Desa Bama, *Guangxi Zhuang Autonomous Region, China*. Penelitian ini menggunakan ROST CM6.0 software sebagai alat analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan memiliki sikap positif terhadap lingkungan dan pemandangan alam, yaitu lingkungan ekologis asli dengan udara segar, pegunungan yang indah, dan air jernih menarik bagi wisatawan. Namun, perkembangan dan pembangunan pariwisata telah menyebabkan penurunan kepuasan wisatawan, yang berdampak pada tingkat kunjungan kembali wisatawan. Kemudian melalui analisis data jaringan emosi didapatkan emosi positif wisatawan sebesar 72,53%, emosi netral sebesar 6,44%, dan emosi

negatif sebesar 21,03%, yang sepenuhnya menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan relatif tinggi. Untuk lebih jelasnya metode dan hasil penelitian dari masing-masing penulis dapat dilihat pada table 1 berikut:

Tabel 1. Matriks penelitian terdahulu

Judul - Penulis	Lokasi	Tujuan Penelitian	Variabel/ Indikator	Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Perbedaan/ Pembaharuan
Strategi Pengembangan Desa Wisata di Desa Belimbing Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan (I Made Adi Dharmawan, Imade Sarjana, I Dewa Ayu Sri Yudhari, 2014, Jurnal Agribisnis dan Agrowisata ISSN: 2301-6523)	Desa Belimbing Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan	Untuk mengetahui potensi yang dimiliki oleh Desa Belimbing dan strategi pengembangan Desa Belimbing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keindahan sumber daya alam 2. Keunikan sumber daya alam 3. Adanya atraksi wisata 4. Kondisi lingkungan yang sejuk 5. Usaha masyarakat lokal 6. Aksesibilitas 7. Pengamanan 8. Sarana dan Prasarana 9. Kebersihan 	Analisis kuantitatif dan deskriptif kualitatif	Prioritas yang dapat dilakukan adalah mengembangkan desa wisata dan mempertahankan daya Tarik dengan mempersiapkan paket wisata, memersiapkan rute/peta tracking dan penataan kawasan	Memiliki karakteristik lokasi yang berbeda dan Teknik analisis bersifat kuantitatif dengan menggunakan beberapa alat analisis
Pengembangan Periwisata Perdesaan (Suatu Usulan Strategi bagi Desa Wisata Ketingan) (Dodi Widiyanto, Joni Purwo Handoyo, Alia Fajarwati, 2014, Jurnal Bumi	Desa Tirtoadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Provinsi D.I Yogyakarta	Mengetahui kondisi dari desa- desa wisata yang digunakan sebagai daerah penelitian berdasarkan potensi dan memberikan arahan strategi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suasana khas pedesaan 2. Homestay 3. Keberadaan toko-toko 4. Daya Tarik pembuatan makanan tradisional 	Analisis SWOT	Strategi yang hendaknya dikembangkan yaitu dengan meningkatkan pemasaran, kualitas SDM, kualitas pelayanan, dan memelihara mutu dari apa yang menarik dan	Memiliki karakteristik lokasi yang berbeda dan Teknik analisis bersifat kuantitatif dengan menggunakan IPA

Judul - Penulis	Lokasi	Tujuan Penelitian	Variabel/ Indikator	Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Perbedaan/ Pembaharuan
Lestari, Vol. 8 No. 2)		berdasarkan potensi yang ada	5. Sarana transportasi pendukung		ditawarkan oleh obyek wisata tersebut	
Strategi Pengembangan Desa Gemawang Sebagai Desa Wisata Eko Budaya (Ana Irhandayaningsih, 2019, http://ejournal.undip.ac.id/index.php/anuva , ISSN: 2598-3040)	Desa Gemawang Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang	Mengembangkan potensi Desa Wisata Gemawang	1. Potensi UMKM 2. Tersedianya homestay 3. Adanya dukungan telekomunikasi 4. Atraksi alam dan agrowisata 5. Fasilitas pendukung kegiatan wisata 6. Lahan parkir 7. Aksesibilitas jalan	Analisis SWOT	Hasil penelitian yang ditemukan yaitu Desa Gemawang merupakan desa wisata yang memiliki potensi berupa bentang alam dan potensi produk budaya.	Memiliki karakteristik lokasi yang berbeda dan Teknik analisis bersifat kuantitatif dengan menggunakan IPA
Tourism Development Strategy of Buntula'bi Balusu Sub-village, North Toraja Regency Based on Tourist Perception (Vica Vanessa Sesaryo Timang, Antariksa, Ismu Rini Dwi Ari, 2014, Journal of Indonesian Tourism and Development	Desa Balusu, Kecamatan Balusu, Kabupaten Toraja	menggali potensi wisata Desa Balusu guna merumuskan strategi pembangunan berkelanjutan yang tepat.	1. Keindahan Alam 2. Restoran dan akomodasi 3. Toko souvenir 4. Fasilitas umum 5. Kondisi jalan 6. Moda transportasi ke obyek wisata 7. Infrastruktur 8. Informasi 9. Keamanan wisatawan 10. Pengelolaan dan pelestarian objek wisata	Analisis IPA	Potensi wisata di Dusun Buntula'bi merupakan konstitusi bangunan kuno dan lingkungan tradisional. Berdasarkan analisis IPA, prioritas utama dalam strategi pengembangan pariwisata dirumuskan menjadi: <input type="checkbox"/> Meningkatkan fasilitas umum <input type="checkbox"/> Mengoptimalkan kondisi jalan untuk akses yang lebih baik	Memiliki karakteristik lokasi yang berbeda dan Teknik analisis bersifat kuantitatif dengan menggunakan analisis SWOT

Judul - Penulis	Lokasi	Tujuan Penelitian	Variabel/ Indikator	Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Perbedaan/ Pembaharuan
Studies, e-ISSN: 2338-1647)					<input type="checkbox"/> Kembangkan lebih banyak restoran dan akomodasi <input type="checkbox"/> Mengembangkan toko souvenir	
<i>Tourism Impacts Continuity of World Heritage List Inscription and Sustainable Management of Hahoe Village, Korea: A Case Study of Changes in Tourist Perceptions</i> (Soonki Kim, 2019, Licensee MDPI, Basel, Switzerland (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/))	Hahoe Village, in southeastern Korea	Memverifikasi arah pengelolaan masa depan dan rencana pembangunan desa hahoe yang berkelanjutan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakter demografis 2. Persepsi keinginan berkunjung 3. Tingkat kepuasan 4. Pengelolaan dan pengembangan masa mendatang 	Kuesioner digunakan sebagai metode penelitian	Untuk menetapkan rencana pengelolaan yang efektif dan untuk menyeimbangkan pengembangan pariwisata di masa depan dan keberlanjutan diperlukan: (1) Berkonsultasi dengan semua kelompok pemangku kepentingan terkait, termasuk agen publik dan swasta, dan (2) menilai risiko terkait kepada wisatawan. Konsultasi dan penilaian didasarkan pada pemahaman tentang tujuan dan sumber daya desa hahoe.	Memiliki karakteristik lokasi yang berbeda dan Teknik analisis bersifat kuantitatif dengan menggunakan beberapa alat analisis
<i>Research on Tourist Perception of Bama Longevity Village Image Based on Network Text Analysis</i> (Wei Li,	Desa Bama, Guangxi Zhuang Autonomous Region, China	melakukan analisis emosional untuk mempelajari citra destinasi wisata Desa Bama dari perspektif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan pariwisata 2. Suasana 3. Pengembangan dan konstruksi 4. Akomodasi 5. Kuliner 	ROST CM6.0 software	Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan memiliki sikap positif terhadap lingkungan dan pemandangan alam, yaitu lingkungan	Memiliki karakteristik lokasi yang berbeda dan Teknik analisis bersifat kuantitatif dengan

Judul - Penulis	Lokasi	Tujuan Penelitian	Variabel/ Indikator	Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Perbedaan/ Pembaharuan
2020, Scholars Journal of Economics, Business and Management, ISSN 2348-5302)		persepsi wisatawan	6. Biaya 7. Fasilitas pariwisata		ekologis asli dengan udara segar, pegunungan yang indah, dan air jernih menarik bagi wisatawan. Namun, perkembangan dan pembangunan pariwisata telah menyebabkan penurunan kepuasan wisatawan, yang berdampak pada tingkat kunjungan kembali wisatawan. Kemudian melalui analisis data jaringan emosi didapatkan emosi positif wisatawan sebesar 72,53%, emosi netral sebesar 6,44%, dan emosi negatif sebesar 21,03%, yang sepenuhnya menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan relatif tinggi.	menggunakan beberapa alat analisis

B. Definisi Pariwisata

Pariwisata berasal dari dua suku kata , yaitu “pari yang berarti banyak atau berkali-kali” dan “wisata yang berarti perjalanan atau bepergian”. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata (aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang) dan didukung dengan pelayanan serta berbagai fasilitas yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Zebua, 2016).

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 pasal 1 tentang kepariwisataan, menjelaskan bahwa wisatawan adalah Orang yang melakukan kegiatan wisata. Jadi menurut pengertian tersebut, semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Adapun tujuannya yang penting, perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi. Dalam bahasa Inggris wisatawan itu disebut tourist. Oleh para pakar pariwisata dan organisasi internasional untuk kepentingan tertentu, pengertian tourist ini diberi persyaratan seperti kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan juga menjelaskan bahwa keadaan alam, flora dan fauna, sebagai karunia

Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, serta seni dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pariwisata merupakan kegiatan sosial yang melibatkan individu atau sekelompok orang yang bertujuan untuk tinggal atau melakukan perjalanan diluar tempat tinggal biasanya untuk jangka waktu tidak lebih dari 12 bulan untuk berbagai kegiatan leisure, bisnis, agama dan alasan pribadi lainnya namun tidak mendapatkan gaji/upah dari perjalanannya tersebut. Aktivitas dari wisatawan tersebut melibatkan dan bersentuhan langsung serta memberi pengaruh terhadap masyarakat setempat (Dorobantu & Nistoreanu, 2012; Martina, 2014; Pitana & Diarta, 2009).

Dari sudut organisasi dan yang diperdagangkan bagi masyarakat yang sedang berkembang, industri pariwisata merupakan suatu sarana perkembangan. Masyarakat bisa melakukan perubahan melalui pariwisata, sebab banyak masyarakat yang dahulunya terpinggirkan menjadi masyarakat yang diberdaya dengan pelibatan mereka dalam pengelolaan wisata (Lestari, 2009). Sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan dalam pasal 1 yang dimaksud wisata, wisatawan, dan pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya Tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.
4. Kepariwisataaan adalah seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

Daya tarik wisata ialah sesuatu yang merupakan ciptaan Tuhan ataupun hasil karya tangan manusia yang menarik untuk dikunjungi wisatawan ke daerah wisata yang bernilai dan unik (Prayogi, 2011). Selanjutnya menurut Pitana & Diarta (2009), ada tiga komponen pokok yang secara umum disepakati di dalam batasan pariwisata (khususnya pariwisata internasional), yaitu Traveler, Visitor, dan Tourist. Definisi yang dikemukakan dari komponen tersebut selalu mengandung beberapa unsur pokok, yaitu:

1. Adanya unsur travel (perjalanan), yaitu pergerakan manusia dari suatu tempat ke tempat lain;

2. Adanya unsur 'tinggal sementara' ditempat yang bukan merupakan tempat tinggal yang biasanya; dan
3. Tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari penghidupan/ pekerjaan di tempat yang di tuju.

Menurut Suwanto wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu kegiatan perjalanan wisata dengan lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi (Sari, 2015).

Sedangkan menurut Cohen dalam Pitana dan Diarta (2009), mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi, serta tingkat pengorganisasian perjalanan wisatanya. Atas dasar ini, Cohen menggolongkan wisatawan menjadi empat, yaitu:

1. *Drifter*, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang belum pernah sama sekali diketahuinya, yang berpergian dalam jumlah kecil.
2. *Explorer*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur rute perjalanannya sendiri, tidak mau mengikuti tujuan wisata perjalanan pada umumnya. Wisatawan seperti ini memiliki tingkat interaksi yang tinggi dengan masyarakat lokal serta bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal.

3. *Individual Mass Tourist*, yaitu sebagai istilah kebalikan dari explore. Wisatawan mengunjungi daerah tujuan wisata pada umumnya dan mengikuti agen perjalanan.
4. *Organized Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang selalu dipandu oleh pemandu wisata dan hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata dan fasilitas yang sudah dikenal atau dapat ditemui ditempat tinggalnya, dan perjalanannya.

C. Konsep Pemuda

Kata pemuda (*youth*) dalam kamus Webstersnya sebagai “*the time of life between childhood and maturity; early maturity; the state of being young or immature or inexperienced; the freshness and vitality characteristic of a young person*” (waktunya hidup diantara masa kanak-kanak dan kedewasaan; awal kedewasaan; keadaan muda atau belum matang; kesegaran dan sifat tenaga orang muda).

Pemuda menurut Undang – Undang No. 40 tahun 2009 dalam pasal 1 poin (1) adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun. Kepemudaan adalah berbagai hal yang berkaitan dengan potensi, tanggung jawab, hak, karakter, kapasitas, aktualitas diri dan cita- cita pemuda (poin (2) pasal 1).

Pembangunan kepemudaan dilaksanakan dalam bentuk pelayanan kepemudaan. Pelayanan kepemudaan berfungsi melaksanakan penyadaran, pemberdayaan, dan pengembangan potensi kepemimpinan, kewirausahaan, serta kepeloporan pemuda dalam segala aspek kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Pelayanan kepemudaan dilaksanakan sesuai dengan karakteristik pemuda, yaitu memiliki semangat kejuangan, kesukarelaan, tanggung jawab, dan ksatria, serta memiliki sifat kritis, idealis, inovatif, progresif, dinamis, reformis, dan futuristik.

Pembangunan kepemudaan secara nasional; Pertama, arah dan landasannya mengacu pada Pancasila, UUD 1945, Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan. Kedua, komponen yang perlu disiapkan antara lain; pemantapan strategi pelayanan kepemudaan, penetapan tugas, fungsi, wewenang dan tanggung jawab pemerintah dan pemerintah daerah, penetapan peran, tanggung jawab dan hak pemuda. Ketiga, inti pelayanan kepemudaan, yakni penyadaran, pemberdayaan dan pengembangan; Keempat, Faktor pendukung untuk mencapai tujuan pembangunan di bidang kepemudaan, antara lain; melakukan koordinasi dan kemitraan; menyiapkan sarana dan prasarana, menguatkan organisasi kepemudaan, penguatan peran serta masyarakat, memberikan penghargaan dan menyiapkan pendanaan.

Selanjutnya, dalam pembaruan dan pembangunan bangsa, pemuda mempunyai fungsi dan peran yang sangat strategis sehingga perlu dikembangkan potensi dan perannya melalui pertama, penyadaran.

Penyadaran kepemudaan berupa gerakan pemuda dalam aspek ideologi, politik, hukum, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, dan keamanan dalam memahami dan menyikapi perubahan lingkungan strategis, baik domestik maupun global serta mencegah dan menangani risiko (Pasal 21). Kedua, pemberdayaan. Pemberdayaan pemuda dilaksanakan secara terencana, sistematis, dan berkelanjutan untuk meningkatkan potensi dan kualitas jasmani, mental spiritual, pengetahuan, serta keterampilan diri dan organisasi menuju kemandirian pemuda (Pasal 24). Ketiga, pengembangan dibagi tiga yakni Pengembangan kepemimpinan pemuda adalah kegiatan mengembangkan potensi keteladanan, keberpengaruhan, serta penggerakan pemuda.

Pemuda dalam masyarakat merupakan satu identitas yang potensial kedudukannya yang strategis sebagai penerus cita-cita perjuangan bangsa dan sumber insani bagi pembangunan bangsanya maka ibarat satu mata rantai yang terurai panjang, posisi pemuda dalam masyarakat menempati mata rantai yang paling sentral karena berfungsi sebagai penerus cita-cita perjuangan bangsa dan berkemampuan untuk mengisi dan membina kemerdekaan.

Setiawan, dkk (2014) mengemukakan bahwa pemuda sejatinya memiliki peran dan fungsi yang strategis dalam proses kehidupan berbangsa dan bernegara, karena peranannya sebagai aktor pembangunan. Berbekal

kemampuan dan kecakapannya, potensi pemuda mampu menjadi bagian dalam proses pembangunan yang mandiri, kreatif dan berkomitmen.

Dengan demikian, pembangunan kepemudaan bertujuan untuk terwujudnya pemuda yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, cerdas, kreatif, inovatif, mandiri, demokratis, bertanggungjawab, berdaya saing, serta memiliki jiwa kepemimpinan, kewirausahaan, kepeloporan, dan kebangsaan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia.

D. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Sedangkan persepsi berdasarkan kamus psikologi adalah berasal dari bahasa Inggris, *perception* yang artinya: persepsi, penglihatan, tanggapan.

Suharman (2005) menyatakan persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia. Menurutnya, ada tiga aspek di dalam persepsi yang

dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu : pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian.

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungan, baik melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman (Sarwono, 2004). Sarwono menjelaskan bahwa persepsi seseorang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, seperti jenis kelamin, perbedaan generasi (usia), tingkat pendidikan, dan tingkat pengetahuan. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal darilingkungan di luar yang mempengaruhi persepsi seseorang, seperti lingkungan sosial budaya, interaksi antar individu, dan media komunikasi di mana seseorang memperoleh informasi tentang sesuatu.

Berdasarkan pendapat-pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan suatu proses menyimpulkan informasi atau tanggapan setiap individu melalui alat indra manusia dan pengaruh lingkungan dan tingkat pengetahuan seperti sosial budaya, interaksi antar individu dengan pengamatan yang dilakukan dalam memperoleh informasi tersebut.

E. Jenis dan Macam Pariwisata

Sesuai dengan bermacam-macamnya kegiatan manusia maka beberapa kegiatan dikembangkan menurut ciri-ciri khas sendiri. Menurut Oka Yoeti (1996), ada beberapa jenis dan macam dari pariwisata, yaitu :

1. Berdasarkan obyek yang dikunjungi maupun maksud wisatawan mengunjungi daerah tersebut:
 - a. Wisata budaya berupa kekayaan budaya setempat dan merupakan obyek wisata utama.
 - b. Wisata alam berupa keindahan dan keunikan alam menjadi obyek wisata utama.
 - c. Wisata Agro berupa obyek wisata yang berkaitan dengan kegiatan pertanian.
 - d. Wisata Buru yaitu obyek wisata utamanya adalah hewan-hewan dalam hutan dan perburuan.

2. Berdasarkan atas maksud bepergian wisatawan, pariwisata dibedakan antara lain:
 - a. Wisata rekreasi untuk memulihkan kemampuan fisik dan mental wisatawan, mendapatkan kesempatan untuk bersantai serta menghilangkan kebosanan dan kelelahan kerja sehari-hari.

- b. Wisata ilmu untuk memperkaya informasi dan pengetahuan tentang obyek wisata yang dikunjungi (sejarah, budaya, dan sebagainya).
- c. Wisata medis untuk kebutuhan perawatan di daerah-daerah yang mempunyai fasilitas penyembuhan seperti sumber air panas dan sumber air belerang.
- d. Wisata olahraga untuk melakukan kegiatan olahraga seperti mendaki, berburu binatang, memancing, berselancar, menyelam, dan lain-lain.
- e. Wisata konvensi untuk melakukan kegiatan pertemuan-pertemuan ilmiah, politik, kongres, seminar dan lain sebagainya.

Pariwisata dapat juga dibedakan berdasarkan letak geografis seperti wisata pantai, laut, pegunungan, ataupun berdasarkan tingkat harta seperti wisata mewah, menengah dan sederhana.

F. Desa Wisata

Desa Wisata (ekowisata) adalah suatu bentuk wisata memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya masyarakat setempat, serta bertanggung jawab terhadap kelestarian daerah lama. Terdapat enam prinsip dasar ekowisata yang disepakati bisa membedakan wisata alam dengan kegiatan ekowisata (Fennell, 1999, yaitu: 1) Memberikan

dampak negatif yang paling minimum bagi lingkungan dan masyarakat lokal; 2) Meningkatkan kesadaran dan pengetahuan baik bagi pengunjung maupun penduduk lokal; 3) Berfungsi sebagai bahan untuk pendidikan dan penelitian baik untuk penduduk lokal maupun pengunjung (Wisatawan, Peneliti, Akademis); 4) semua elemen yang berkaitan dengan ekowisata harus memberi dampak yang positif berupa kontribusi langsung untuk kegiatan kontribusi langsung untuk kegiatan konservasi yang melibatkan semua actor yang terlibat dalam kegiatan ekowisata. Sebagai contoh pengunjung tidak hanya berfungsi sebagai penikmat keindahan alam tapi juga secara langsung sebagai partisipan dalam kegiatan konservasi; 5) Memaksimalkan partisipasi masyarakat lokal dalam proses pengambilan keputusan berkaitan dengan pengelolaan kawasan ekowisata; 6) Memberi manfaat ekonomi bagi penduduk lokal berupa kegiatan ekonomi yang bersifat komplemen terhadap kegiatan ekonomi tradisional (bertani, mencari ikan dan lainnya) (Ma'ruf, 2013 dalam Mustabsirah, 2015).

Menurut Organisasi Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan (OECD), Desa Wisata didefinisikan sebagai tempat pariwisata yang berada dipedesaan. Desa Wisata mesti berada dipedesaan dibangun diatas fitur-fitur khusus, usaha kecil, ruang terbuka (alam) dan berkelanjutan. Desa Wisata dipandang sebagai kegiatan multi-faceted bukan hanya sebatas pariwisata pertanian. Serta dipandang sebagai sarana kemampuan menghasilkan pendapatan yang cukup. Tujuan Desa Wisata adalah untuk meningkatkan keuntungan bersih

untuk masyarakat pedesaan, dan meningkatkan partisipasi mereka dalam pengembangan produk pariwisata.

Selanjutnya, menurut Dorobantu dan Nistoreanu (2012) bahwa Desa Wisata merupakan suatu perjalanan untuk tempat yang terletak dalam lingkungan pedesaan atau dalam pengaturan luar kota dan pusat-pusat wisata, serta suatu bentuk pariwisata dimana motivasi utama para wisatawan adalah observasi dan apresiasi terhadap alam dan tradisi lokal yang berhubungan dengan alam dan harus memenuhi kondisi sebagai berikut:

1. Melindungi dan melestarikan alam
2. Menggunakan sumber daya alam lokal
3. Karakternya edukasi, menghormati alam, adanya kesadaran wisatawan dan masyarakat setempat.

Sedangkan menurut Pariwisata Inti Rakyat (PIR) yang dimaksud dengan Desa Wisata adalah suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkan berbagai komponen kepariwisataan, misalnya: atraksi, akomodasi, makanan-minuman, dan kebutuhan wisata lainnya (Hadiwijoyo, 2012 dalam Sari, 2015). Desa Wisata merupakan salah satu bentuk pembangunan berkelanjutan melalui promosi produktivitas pedesaan yang

dapat menciptakan pekerjaan, distribusi pendapatan, pelestarian lingkungan dan budaya lokal, meningkatkan partisipasi masyarakat, menghargai keyakinan dan nilai-nilai tradisional (Mustabsirah, 2015).

G. Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan Desa Wisata harus memperhatikan kemampuan dan tingkat penerimaan masyarakat setempat yang akan di kembangkan menjadi desa wisata. Hal ini di maksudkan untuk mengetahui karakter dan kemampuan masyarakat yang dapat di manfaatkan dalam pengembangan desa wisata, menentukan jenis dan tingkat pemberdayaan masyarakat secara tepat. Untuk mengetahui pnerimaan masyarakat terhadap kegiatan pengembangan desa wisata : 1) Tidak bertentangan dengan adat istiadat budaya masyarakat setempat; 2) Pengembangan fisik yang di ajukan untuk meningkatkan kualitas llingkungan desa; 3) memperhatikan unsur kelokalan dan keaslian; 4) Memberdayakan masyarakat desa; 5) Memperhatikan daya dukung dan daya tampung berwawasan lingkungan. (Antara Made, 2015, *Pengelolaan Pariwisata Berbasis Potensi Lokal*, Pustaka Larasan, Hlm 27)

Pengembangan wisata tentunya fokus pada pengembangan objek wisata, baik wisata alam, wisata budaya, wisata artifisial maupun wisata alternatif. Kebutuhan wisatawan untuk menikmati keindahan alam, menyaksikan atraksi budaya, membeli produk seni sebagai cendramata harus

bisa dikembangkan dalam perencanaan pengembangan pariwisata, agar dapat memenuhi kebutuhan wisatawan. Kebutuhan wisatawan dikenal sebagai Triple S yakni something to see, something to do, something to buy.

Menurut Gamal Suwanto, unsur pokok yang harus ada untuk menunjang pengembangan desa wisata meliputi lima unsur sebagai berikut (Made Heny Urmila Dewi, 2013, Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal DiJatiluwih Tabanan Bali, Jurnal, hlm 130) :

1. Obyek dan daya tarik wisata

Umumnya daya tarik suatu obyek wisata didasarkan pada beberapa hal sebagai berikut : Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih, Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya., Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka, Adanya sarana/prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir, Obyek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan, dan sebagainya, Obyek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu obyek buah karya manusia pada masa lampau.

2. Prasarana wisata

Prasarana wisata merupakan sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang pasti dibutuhkan oleh wisatawan dalam kunjungannya

di daerah tujuan wisata, seperti contohnya jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya.

3. Sarana Wisata

Sarana wisata adalah kelengkapan daerah tujuan wisata yang disiapkan untuk melengkapi kebutuhan wisatawan dalam melakukan kunjungan wisatanya. Contohnya dapat berupa hotel atau penginapan, biro perjalanan, alat transportasi, pusat pernak-pernik atau cindramata, rumah makan dan restoran serta sarana pendukung lainnya

4. Infrastruktur

Infrastruktur merupakan suatu keadaan yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata baik itu yang berupa suatu pengaturan maupun bangunan fisik di atas permukaan tanah dan di bawah tanah contohnya seperti sistem pengairan, distribusi air bersih, sistem pembuangan air limbah, sumber listrik dan energi, sistem jalur angkutan dan terminal, sistem komunikasi dan sistem keamanan atau pengawasan.

5. Masyarakat

Ada tiga faktor yang terdapat di dalam masyarakat yaitu dari masyarakat sekitar obyek pariwisata, lingkungan yang merupakan lingkungan alam di sekitar obyek pariwisata, dan budaya yang ada pada masyarakat di dalam lingkungan pariwisata. Masyarakat lokal berperan penting dalam

pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya yang melekat pada komunitas tersebut merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata. Di lain pihak, komunitas lokal yang tumbuh dan hidup berdampingan dengan suatu objek wisata menjadi bagian dari sistem ekologi yang saling kait mengait, karena keberhasilan pengembangan desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat lokal, Wearing (2001)

Masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah dan menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata secara keseluruhan tahapan mulai dari tahap perencanaan, pengelolaan, pengawasan dan evaluasi karena masyarakat local berkedudukan sama penting dengan pemerintah dan swasta sebagai salah satu pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata

H. Aspek dalam Penawaran Definisi Pariwisata

Inti dari produk pariwisata adalah destinasi wisata dan inilah yang menjadi daya tarik utama berkembangnya industri pariwisata. Destinasi berkaitan dengan sebuah tempat atau wilayah yang mempunyai keunggulan dan ciri khas, baik secara geografi maupun budaya, sehingga dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi dan menikmatinya. Semua produk yang berkaitan dengan perjalanan sebelum, selama, dan sesudah mengunjungi suatu destinasi, adalah produk-produk pendukung industri pariwisata. Produk-

produk tersebut menyatu dan tidak bisa dipisahkan untuk menciptakan pengalaman yang “memuaskan” bagi wisatawan. Jika salah satu produk membuat wisatawan kecewa, maka secara keseluruhan wisatawan akan kecewa terhadap destinasi tersebut. Untuk membuat sebuah destinasi wisata yang unggul, menurut Cooper (1993) dan Midelton (2009) dalam (Riswandi, 2013), sebelum sebuah destinasi diperkenalkan dan dijual, terlebih dahulu harus mengkaji empat aspek utama (4A) yang harus dimiliki, yaitu atraksi, aksesibilitas, amenitas dan *ancillary*.

1. Atraksi wisata (*attraction*)

Atraksi adalah produk utama dari sebuah destinasi, atraksi berkaitan dengan apa yang bisa dilihat (*what to see*), apa yang bisa dilakukan (*what to do*), apa yang bisa dibeli (*what to buy*), apa yang bisa ditunjukkan (*what to perform*) di suatu destinasi wisata sehingga bisa menjadi unsur daya tarik dan magnet bagi kedatangan wisatawan di suatu lokasi wisata. Atraksi ini bisa berupa objek alamiah karunia tuhan YME seperti keindahan panorama alam dan keunikan alam, selain itu dapat berupa akal budi manusia seperti seni dan budaya masyarakat setempat, peninggalan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan. Untuk menikmati atraksi wisata ini ada yang tidak perlu dilakukan persiapan terlebih dahulu seperti menikmati pemandangan alam, suasana pantai, danau, bangunan dan lain lain, selain itu ada yang perlu dilakukan persiapan terlebih dahulu dan disajikan sebagai

suatu pertunjukan seperti seni budaya daerah, pertandingan olahraga dan lain lain.

2. Amenitas Wisata (*amenity*)

Amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum dan fasilitas pendukung lainnya yang mungkin juga diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan, seperti toilet umum, rest area, tempat parkir, klinik kesehatan, dan sarana ibadah. Tentu saja fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu melihat dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi sendiri dan kebutuhan wisatawan. Tidak semua amenitas harus berdekatan dan berada di daerah utama destinasi, contohnya untuk destinasi alam dan peninggalan bersejarah sebaiknya agak berjauhan dari amenitas yang bersifat komersial, seperti hotel, restoran, rest area dan lain lain.

3. Aksesibilitas wisata (*accessibility*)

Aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi wisata. Akses jalan raya dan ketersediaan sarana transportasi yang baik merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi wisata. Banyak sekali wilayah di Indonesia yang mempunyai keindahan alam dan budaya yang layak untuk dijual kepada wisatawan, tetapi tidak mempunyai aksesibilitas yang baik,

sehingga ketika diperkenalkan dan dijual, tak banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjunginya. Perlu juga diperhatikan bahwa akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi. Bagi individual tourist, transportasi umum sangat penting karena kebanyakan mereka mengatur perjalanannya sendiri tanpa bantuan travel agent, sehingga sangat bergantung kepada sarana dan fasilitas publik yang tersedia ke lokasi wisata.

Selain itu, Aksesibilitas wisata adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata. Faktor-faktor yang penting didalam aksesibilitas meliputi: denah perjalanan wisata, data atraksi wisata, bandara, transportasi darat, waktu yang dibutuhkan untuk sampai ketempat wisata, biaya untuk transportasi dan banyaknya kendaraan ketempat wisata.

4. *Ancilliary*

Ancilliary berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus destinasi tersebut. Ini menjadi penting karena walaupun destinasi sudah mempunyai atraksi, aksesibilitas dan amenities yang baik, tapi jika tidak ada yang mengatur dan mengurus maka destinasi tersebut akan terbengkalai dan tidak bisa memberikan nilai jual bagi wisatawan. Organisasi bisa merupakan sebuah perusahaan atau organisasi masyarakat dimana akan melakukan tugasnya seperti sebuah perusahaan. Organisasi ini mengelola

destinasi sehingga bisa memberikan keuntungan kepada pihak terkait seperti pemerintah, masyarakat sekitar, wisatawan, lingkungan dan para stakeholder lainnya. (Sunaryo, 2013:159).

Yoeti (2002) berpendapat bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu atraksi (attraction), mudah dicapai (accessibility), dan fasilitas (amenities). Sedangkan Middleton (2001) memberikan pengertian produk wisata lebih dalam yaitu produk wisata dianggap sebagai campuran dari tiga komponen utama daya tarik, fasilitas ditempat tujuan dan aksesibilitas tujuan, yaitu:

Pertama, atraksi: elemen-elemen didalam suatu atraksi wisata yang secara luas menentukan pilihan konsumen dan mempengaruhi motivasi calon-calon pembeli diantaranya: atraksi wisata alam (meliputi bentang alam, pantai, iklim dan bentukan geografis lain dari suatu destinasi dan sumber daya alam lainnya), atraksi wisata buatan/binaan manusia (meliputi bangunan dan infrastruktur pariwisata termasuk arsitektur bersejarah dan modern, monument, trotoar jalan, taman dan kebun, pusat konvensi, marina, ski, tempat kepurbakalaan, lapangan golf, toko-toko khusus dan daerah yang bertema), atraksi wisata budaya, (meliputi sejarah dan cerita rakyat (legenda), agama dan seni, teater musik, tari dan pertunjukkan lain, museum dan beberapa dari hal tersebut dapat dikembangkan menjadi even khusus, festival, dan

karnaval), atraksi wisata sosial, meliputi pandangan hidup suatu daerah, penduduk asli, bahasa, dan kegiatan-kegiatan pertemuan sosial.

Kedua, amenitas/fasilitas: terdapat unsur-unsur didalam suatu atraksi atau berkenaan dengan suatu atraksi yang memungkinkan pengunjung untuk menginap dan dengan kata lain untuk menikmati dan berpartisipasi didalam suatu atraksi wisata. Hal tersebut meliputi:

akomodasi (hotel, desa wisata, apartment, villa, caravan, hostel, guest house), restoran, transportasi (taksi, bus, penyewaan sepeda dan alat ski diatraksi yang bersalju), aktivitas (sekolah ski, sekolah berlayar dan klub golf), fasilitas-fasilitas lain (pusat-pusat bahasa dan kursus keterampilan), retail outlet (toko, agen perjalanan, souvenir, produsen camping), pelayanan-pelayanan lain (salon kecantikan, pelayanan informasi, penyewaan perlengkapan dan kebijaksanaan pariwisata).

Ketiga, aksesibilitas: elemen-elemen ini adalah yang mempengaruhi biaya, kelancaran dan kenyamanan terhadap seorang wisatawan yang akan menempuh suatu atraksi, seperti infrastruktur, Jalan, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, perlengkapan (ukuran, kecepatan, jangkauan dari sarana transportasi umum) faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan, peraturan pemerintah yang meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan transportasi.

G. Kerangka Pikir

