

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Saat ini, pengembangan pariwisata telah menjadi salah satu program prioritas dalam pembangunan daerah. Harapannya, sektor ini dapat berkontribusi terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) serta menciptakan peluang kerja bagi masyarakat setempat (Suta & Mahagangga, 2018). Pariwisata telah berkembang menjadi salah satu sektor utama yang diandalkan pemerintah untuk meningkatkan penerimaan devisa negara. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, dalam Bab II pasal 4, kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya.

Pemerintah telah memberikan kewenangan kepada setiap daerah untuk mengembangkan potensi pariwisatanya. Konsekuensinya, tanggung jawab dan tuntutan untuk memanfaatkan serta mengembangkan berbagai potensi sumber daya daerah semakin besar guna mendukung pembangunan wilayah secara berkelanjutan. Namun, upaya ini belum berhasil secara keseluruhan karena masih terdapat beberapa masyarakat sekitar daerah wisata yang belum merasakan dampak dari adanya pengembangan pariwisata. Padahal pengelolaan yang baik dapat memberikan dampak citra identitas kawasan yang positif (Octaviani & Yuliani, 2023). Oleh karena itu, diperlukan identifikasi dalam

perencanaan pembangunan sektor pariwisata dengan menggunakan standar atau parameter



yang sesuai serta diselaraskan dengan karakteristik lingkungan destinasi wisata yang akan dikembangkan.

Sektor pariwisata juga memiliki kesamaan dengan sektor ekonomi lainnya, di mana dalam proses perkembangannya turut memberikan dampak sosial dan ekonomi bagi masyarakat. Dampak yang ditimbulkan dapat bersifat positif maupun negatif terhadap kehidupan masyarakat setempat. Untuk mencegah perubahan ke arah negatif, diperlukan perencanaan yang mencakup berbagai aspek, khususnya sosial dan ekonomi, sehingga masyarakat setempat dapat berperan aktif dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (Wibowo et al., 2017).

Pariwisata Berkelanjutan (*Sustainable Tourism*) adalah bentuk pariwisata yang berkembang dengan pesat, mencakup peningkatan kapasitas akomodasi, populasi lokal, dan interaksi dengan lingkungan. Dalam konteks ini, pengembangan pariwisata dan investasi baru di sektor tersebut harus dilakukan tanpa menimbulkan dampak negatif, serta mampu berintegrasi dengan lingkungan. Memperbanyak manfaat positif dan mengurangi dampak negatifnya dapat digunakan untuk mencapai hal tersebut. Pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) harus mengoptimalkan penggunaan sumber daya lingkungan yang menjadi elemen utama dalam pengembangan sektor ini. Upaya yang dapat dilakukan seperti pelestarian sumber daya alam, dan perlindungan keanekaragaman hayati. Selain itu, pariwisata berkelanjutan harus menghormati keaslian sosial budaya masyarakat setempat, melestarikan warisan budaya, serta menjaga nilai-nilai tradisional yang diwariskan. Konsep ini bertujuan untuk mendorong pemahaman dan toleransi antarbudaya, sekaligus memastikan



lanjutan ekonomi dalam jangka panjang (Widiati & Permatasari, 2022).

Saat ini, pengembangan sektor pariwisata masih terjebak dalam paradigma yang berfokus pada pertumbuhan ekonomi semata. Pendekatan ini

menitikberatkan pada perolehan keuntungan tanpa mempertimbangkan aspek budaya dan lingkungan. Pariwisata diukur berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan serta tingkat pengeluaran mereka. Pola pikir lama dalam pembangunan pariwisata cenderung bersifat eksploitatif terhadap alam, sumber daya manusia, dan energi. Kualitas interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal pun sering terabaikan. Oleh karena itu, paradigma baru dalam kepariwisataan perlu mengedepankan pelestarian lingkungan dan upaya pengurangan kemiskinan secara berkelanjutan (Kristiono & Susilo, 2021). Berdasarkan Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Tahun 2012–2024, prinsip utama Pariwisata Berkelanjutan adalah pemanfaatan sumber daya lingkungan secara efisien dengan tetap menjaga kelestarian ekologi dan konservasi, menghargai budaya asli serta kehidupan masyarakat lokal, dan menjamin keberlanjutan dalam jangka panjang. Dalam pengembangannya, pariwisata berkelanjutan harus disesuaikan dengan daya dukung lingkungan agar tidak merusak alam, menghormati nilai-nilai sosial budaya masyarakat setempat, serta menjamin manfaat ekonomi yang berkelanjutan dan merata bagi seluruh pemangku kepentingan (Insani et al., 2019).

Kabupaten Enrekang merupakan salah satu daerah yang ada di Sulawesi Selatan dengan luas wilayah sebesar 1.786,01 km<sup>2</sup> dan terdiri dari 12 kecamatan, yang dikenal dengan keindahan alamnya, daerah ini memiliki beragam potensi wisata yang meliputi keindahan alam, kekayaan budaya, dan kuliner khas yang tak kalah menarik dibandingkan daerah lain. Oleh karena itu, pemerintah Kabupaten Enrekang menjadikan sektor pariwisata sebagai salah

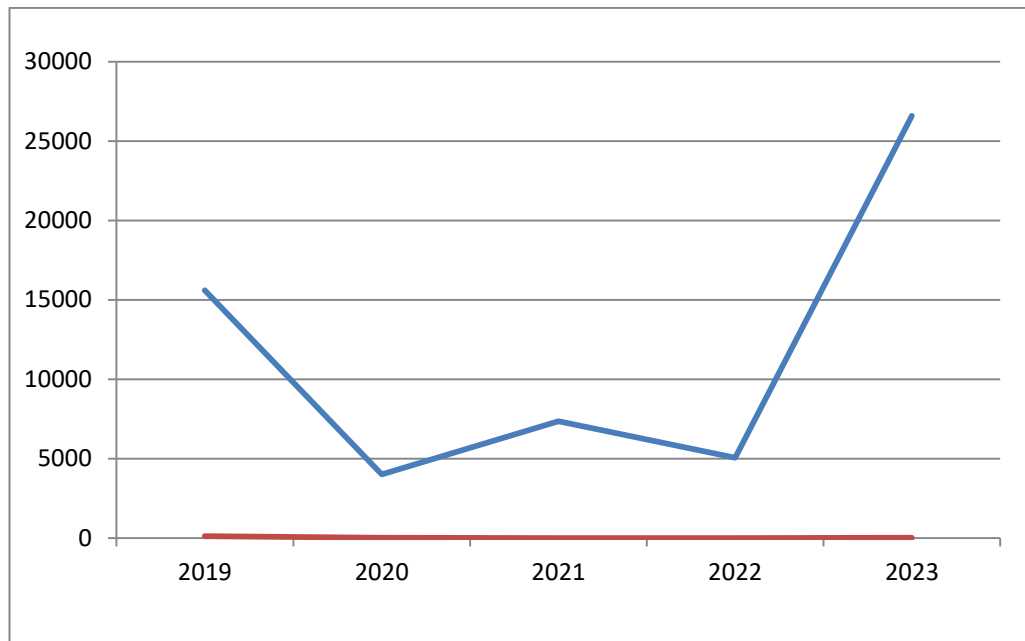


aya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat dan salah satu daerah di Sulawesi Selatan dengan potensi besar dalam membangun pariwisata berkelanjutan. Sektor pariwisata memegang peranan

penting sebagai salah satu bisnis inti di Kabupaten Enrekang. Penetapan sektor ini sebagai prioritas utama menunjukkan perhatian besar pemerintah terhadap pengembangannya, menjadikan pembangunan pariwisata sebagai salah satu fokus utama dalam pembangunan daerah. Dalam konteks regional Sulawesi, sektor pariwisata Kabupaten Enrekang menunjukkan keunggulannya. Hasil observasi menyatakan bahwa beberapa wilayah telah menetapkan pariwisata sebagai sektor unggulan, sementara wilayah lainnya masih menjadikannya sebagai salah satu sumber pendapatan.

Enrekang dengan keindahannya yang luar biasa namun masih belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Kabupaten ini menawarkan beragam pesona wisata, mulai dari keindahan alam, situs bersejarah, lokasi foto yang *instagramable*, hingga air terjun yang tidak kalah kerennya, dan salah satu yang menjadi ikon dari Kabupaten Enrekang yaitu Gunung Nona, Gunung Nona terkenal dengan keindahannya dari semua sisinya. Dikenal sebagai daerah "seribu gua", Enrekang dikelilingi oleh pegunungan dan bukit yang memancarkan keindahan alam yang memukau. Pemandangan alamnya yang luar biasa dan udaranya yang segar membuat orang nyaman untuk berkunjung ke daerah ini. Ada banyak objek wisata yang ada dan ramai di kunjungi wisatawan seperti Dante Pine, Batara Rest Area, Buntu Sumbang, Desa Karangany Latimojong, Mandette Park, dan salah satu yang wajib dikunjungi saat berada di Enrekang adalah Buttu Macca.





**Gambar 1 1 Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Tahun 2019-2024 Kabupaten Enrekang**

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupten Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Enrekang

Pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa dari tahun 2019 hingga 2023 kunjungan wisata mengalami fluktuasi, pada kunjungan wisatawan mancanegara terus mengalami penurunan yang signifikan dari tahun 2019 hingga tahun 2023 dengan jumlah kunjungan di tahun 2019 sebanyak 109 wisatawan, pada tahun 2020 terdapat jumlah pengunjung sebanyak 14 wisatawan dan di tahun 2021 dan 2022 tidak ada kunjungan wisatawan mancanegara, di tahun 2023 meskipun jumlah wisatawan mancanegara tetap rendah yaitu 3 wisatawan. Sementara itu, wisatawan domestik pada tahun 2019 sebanyak 15.599 wisatawan dan mengalami penurunan pada tahun 2020 sebanyak 4.000 wisatawan. Pada tahun 2021 terjadi sedikit pemulihan sebanyak 7.356 dan angka kunjungan kembali menurun di tahun 2022 yaitu sebanyak 5.043. Jumlah wisatawan menunjukkan yang tinggi di tahun 2023 sebanyak 26.577 wisatawan.



Salah satu objek wisata yang ada di Kabupaten Enrekang adalah wisata Alam Buttu Macca. Destinasi yang memadukan keindahan alam yang menakjubkan yang salah satunya adalah ikon dari kabupaten Enrekang yaitu Gunung Nona. Buttu Macca terkenal karena pesona alamnya yang memikat, dari sini pengunjung dapat menikmati panorama memukau Gunung Bambapuang dan Gunung Nona yang menjadi daya tarik utama tempat ini.



**Gambar 1 2 Pemandangan Pada Objek Wisata Buttu Macca Kabupaten Enrekang**

Dengan lokasi yang sangat strategis dengan jarak 300 meter dari jalan poros utama Makassar - Toraja sehingga wisatawan yang melakukan perjalanan tersebut mampu untuk singgah sejenak untuk menikmati keindahan yang ditawarkan wisata ini. Buttu Macca tidak hanya menyuguhkan panorama pegunungan yang menakjubkan, tetapi juga memiliki berbagai potensi wisata lainnya yang masih belum sepenuhnya dikembangkan dengan optimal. Keindahan alam yang ada disekitar kawasan ini menyimpan peluang besar untuk dijadikan destinasi wisata yang lebih populer dan menarik bagi para pengunjung.





**Gambar 1 3 Peta Objek Wisata Buttu Macca Kabupaten Enrekang**

Sumber : Google Earth,2025

Namun, pengembangan objek wisata Buttu Macca masih menghadapi berbagai tantangan. Infrastruktur yang sudah memadai, tersedianya fasilitas pendukung seperti *rest area* dan mushollah namun kurangnya perawatan yang baik yang menyebabkan objek wisata ini nyaris terabaikan, masi kurangnya promosi yang efektif, serta belum optimalnya pengelolaan destinasi wisata dan banyaknya destinasi wisata yang serupa yang menyebabkan objek wisata ini kalah dalam menarik daya saing, ini menjadi permasalahan yang perlu mendapat perhatian serius. Disisi lain, meningkatnya kesadaran global akan pentingnya pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) menuntut adanya strategi pengembangan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi jangka pendek, tetapi juga memperhatikan aspek kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat lokal.

Strategi pengembangan pariwisata harus dimanfaatkan secara optimal untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas destinasi wisata. Untuk mencapai kondisi yang diinginkan dalam pengembangan pariwisata, aspek Kepariwisata dan Saptas Pesona menjadi sangat penting. Saptas Pesona merupakan



serangkaian kondisi yang harus diwujudkan untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu destinasi dan memberikan kepuasan selama kunjungan mereka. Unsur-unsur Sapta Pesona meliputi keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramah-tamahan, dan kenangan. Sebagai salah satu elemen utama, Sapta Pesona berperan penting dalam mendukung pengembangan dan peningkatan sektor pariwisata di suatu daerah (Suryani, 2017).

Berdasarkan definisi strategi dan pengembangan, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan adalah serangkaian rencana atau keputusan yang dirancang secara sistematis dan terstruktur untuk mencapai tujuan secara lebih efektif. Dalam konteks pariwisata, strategi pengembangan bertujuan untuk meningkatkan kualitas sektor pariwisata

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan pada Objek Wisata Buttu Macca di Kabupaten Enrekang".

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka adapun rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu Bagaimana strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan yang dapat diterapkan pada objek wisata Buttu Macca?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan penelitian ini adalah untuk Menganalisis strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan yang dapat

pkkan pada objek wisata Buttu Macca.



#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dari sisi praktis diharapkan Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan oleh pemerintah daerah Kabupaten Enrekang untuk mengembangkan sektor pariwisata yang berkelanjutan di Buttu Macca. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung keberlanjutan destinasi wisata, baik dalam hal infrastruktur, promosi, maupun pengelolaan sumber daya alam dan budaya.
2. Dari sisi teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori mengenai pariwisata berkelanjutan, khususnya dalam konteks destinasi wisata di daerah-daerah dengan potensi alam yang belum banyak tereksplorasi. Temuan-temuan dalam penelitian ini dapat menambah pemahaman tentang bagaimana strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dapat diterapkan di daerah yang memiliki karakteristik geografis dan sosial budaya yang unik.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Pariwisata

Pariwisata (*tourism*) adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan dengan tujuan rekreasi atau liburan, termasuk berbagai persiapan yang mendukung pelaksanaan kegiatan tersebut. Pariwisata merupakan sektor jasa yang menyediakan berbagai layanan, termasuk transportasi, keramahan, akomodasi, makanan dan minuman, serta layanan pendukung seperti perbankan, asuransi, dan keamanan. Selain itu, industri ini juga menawarkan beragam pengalaman, seperti relaksasi, eksplorasi budaya, petualangan, dan berbagai pengalaman unik lainnya (Oka, 2024).

Menurut Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisatawan Pasal 1 Bab 3 yang berbunyi pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan di dukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Menurut UNWTO (2008), pariwisata merupakan sebuah fenomena yang mencakup aspek sosial, budaya, dan ekonomi, di mana individu melakukan perjalanan ke negara atau lokasi di luar lingkungan tempat tinggal mereka untuk keperluan pribadi, bisnis, atau profesional. Individu yang melakukan perjalanan ini disebut sebagai pengunjung, yang dapat berupa turis atau pelancong, baik penduduk maupun non-penduduk. Pariwisata sendiri berkaitan dengan berbagai aktivitas yang mereka



lakukan, termasuk di antaranya pengeluaran dalam sektor pariwisata (Muhammad, 2021).

Menurut James J. Spillane (1982), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan dengan berbagai tujuan, seperti mencari kenikmatan, memenuhi kepuasan, memperoleh pengetahuan, meningkatkan kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menjalankan tugas, melakukan ziarah, dan tujuan lainnya.

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang tengah dikembangkan oleh pemerintah, karena perannya yang signifikan dalam mendukung pembangunan Indonesia, terutama sebagai sumber pendapatan bagi daerah maupun negara. Sebagai sektor ekonomi yang penting, pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga berkontribusi dalam mengurangi tingkat pengangguran. Dalam perekonomian nasional, sektor pariwisata diharapkan dapat meningkatkan pendapatan melalui penerimaan devisa (Aliansyah & Hermawan, 2021).

Pengembangan sektor pariwisata mendorong pertumbuhan ekonomi baik di tingkat nasional maupun lokal, sekaligus berkontribusi pada perkembangan sektor pertanian, industri, dan jasa. Dalam proses pembangunan dan pengembangan wilayah, pariwisata berperan dalam meningkatkan pendapatan, baik bagi pemerintah daerah maupun masyarakat. Kontribusi pariwisata terhadap penerimaan devisa serta pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) menunjukkan bahwa sektor ini memiliki potensi besar sebagai salah satu pilar utama pembangunan.



Oleh karena itu, kebijakan pembangunan dapat lebih difokuskan pada peningkatan pariwisata sebagai sektor unggulan (Manthofi Afif ), 2024).

Setiap daerah berupaya meningkatkan perekonomiannya, termasuk dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Selain mengoptimalkan sumber PAD yang sudah ada, pemerintah daerah juga dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mencari serta mengembangkan potensi baru sebagai sumber PAD. PAD terdiri dari empat komponen utama, yaitu pendapatan dari pajak daerah, retribusi daerah, keuntungan dari perusahaan daerah, serta hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, ditambah dengan pendapatan sah lainnya.

Perkembangan sektor pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Pariwisata menciptakan permintaan dalam bentuk konsumsi maupun investasi, yang pada akhirnya memicu peningkatan produksi barang dan jasa. Selama perjalanan wisata, wisatawan melakukan pengeluaran yang secara langsung meningkatkan permintaan terhadap barang dan jasa (*tourism final demand*). Selain itu, permintaan akhir pariwisata ini juga memunculkan kebutuhan akan barang modal dan bahan baku (*investment derived demand*) untuk mendukung operasional dalam memenuhi kebutuhan wisatawan. Untuk mengakomodasi permintaan tersebut, diperlukan investasi di berbagai sektor, seperti transportasi, komunikasi, perhotelan, akomodasi lainnya, industri kerajinan, produk konsumen, jasa, rumah makan, dan sektor terkait lainnya (Yakup & Haryanto, 2021). Dengan pengelolaan pariwisata yang baik akan menghasilkan sesuatu yang positif bagi masyarakat



sekitar seperti terciptanya lapangan kerja, meningkatnya pendapatan, dan yang lebih penting meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, kepariwisataan bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi kemiskinan, mengatasi pengangguran, serta menjaga kelestarian lingkungan dan sumber daya alam. Dengan demikian, pariwisata memiliki dampak yang luas bagi kehidupan masyarakat dan berkontribusi positif terhadap peningkatan kualitas serta taraf hidup manusia (Muhammad, 2021). Dengan begitu setiap destinasi wisata perlu perhatian dan strategi untuk menghasilkan pariwisata yang berkelanjutan dan mempunyai daya saing serta diminati banyak wisatawan.

Strategi pengembang pariwisata merupakan rencana jangka panjang yang disusun untuk mengembangkan sektor pariwisata dengan efektif dan berkelanjutan (Oka, 2024). Perencanaan strategi meliputi berbagai aspek sampai dengan pelaksanaan yang tujuannya untuk meningkatkan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan dari pariwisata.

Damantak dan Weber (2006) pengembangan adalah segala sesuatu yang berupa aktifitas dan usaha yang terorganisir untuk menarik wisatawan, pengadaan sarana dan prasarana, barang dan jasa, dan semua fasilitas pendukung untuk melayani kebutuhan wisatawan.

Cooper, Gilbert & Winhill (1995) menyatakan untuk meningkatkan kualitas destinasi wisata harus ada 4 (empat) hal yang harus diperhitungkan yaitu:



1. Atraksi atau daya tarik wisata yang menjadi faktor utama yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah. Modal atraksi wisata ini bisa berasal dari beberapa sumber seperti sumber daya alam, atraksi wisata budaya, dan juga atraksi buatan manusia. Dengan adanya atraksi ini membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan cenderung ingin menghabiskan waktu lebih lama di lokasi wisata.
2. Aksesibilitas atau kemudahan yang juga menjadi hal yang penting dalam berpariwisata. Ini mencakup sistem transportasi yang terarah seperti jalur transportasi, kemudahan bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya, seperti tersedianya fasilitas terminal, bandara, pelabuhan, dan jenis transportasi lainnya.
3. Fasilitas atau *amenity* yang berupa segala macam wahana dan fasilitas yang mendukung seperti penginapan, rumah makan, toko oleh-oleh, tempat rekreasi, pusat informasi wisata, transportasi dan fasilitas penunjang lainnya.
4. Pelayanan tambahan atau *ancillary* yaitu berupa layanan tambahan guna memberikan pengalaman kepada wisatawan pada saat berkunjung ke daerah wisata. Pelayanan ini adalah bentuk kerja sama antara pemerintah dengan pengurus wisata seperti pelayanan jasa sehari-hari berupa warung dan penjual jajanan, pemasaran wisata, pembangunan fisik berupa jalan, rel kereta, listrik, jasa fasilitas hiburan, dan jasa yang berkaitan dengan keamanan dan keselamatan.

Dari keempat komponen tersebut perlu disadari bahwa dalam sektor pariwisata perlu dilihat sebagai satu kesatuan yang saling berhubungan dalam memenuhi tugasnya sebagai sarana rekreasi dan dalam pengembangan objek wisata atau pariwisata perlu untuk memperhatikan segala aspek untuk menarik daya tarik wisata, dalam hal



ini sebelum wisatawan melakukan perjalanan pastinya wisatawan akan melihat apakah objek wisata ini mempunyai daya tarik atau tidak yang tentunya objek wisata yang akan dituju harus memiliki daya tarik pendukung seperti kemudahan akses transportasi, akomodasi, rumah makan, dan fasilitas pendukung lainnya.

Pembangunan destinasi pariwisata berkelanjutan harus dilakukan secara holistik dan berkelanjutan dengan melibatkan semua pemangku kepentingan. Semua pihak harus terlibat aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, pengelolaan, pengendalian, dan perbaikan destinasi wisata berkelanjutan. Diperlukan kesamaan pemahaman, pengetahuan, dan distribusi pengalaman, terutama bagi masyarakat lokal yang mungkin memiliki keterbatasan dalam hal ini. Tanpa kesepakatan tujuan, pencapaian pembangunan destinasi pariwisata yang berkelanjutan akan sulit terwujud (Nasrullah et al., 2023).

### 2.1.2 Objek Wisata dan Daya Tarik Wisata

Objek wisata adalah semua aspek yang berada pada lokasi tujuan wisata yang memiliki daya tarik untuk memikat wisatawan untuk datang ke kawasan tersebut. Objek wisata dan daya tarik wisata menurut Marpaung (2002) adalah suatu aktifitas dan fasilitas yang saling berkaitan, yang menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu tempat tertentu yang tujuannya agar wisatawan mendapat pengalaman tertentu dengan kunjungan ke tempat tersebut (Rahayu et al., 2023). Objek dan daya tarik wisata secara umum terdiri atas sumberdaya atau objek yang bersifat hayati dan non hayati, dimana setiap komponen memerlukan pengelolaan yang sesuai dengan kualitas pengelolaan dan daya tarik wisata dengan mempertimbangkan berbagai



sumberdaya yang ada agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan secara efektif (Sakti, Hadiwijoyo, 2018)

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, menyatakan bahwa 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 dan tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik adalah suatu hal yang sangat krusial dalam kawasan pariwisata, daya tarik yang menarik di sebuah kawasan pariwisata dapat membuat program pemerintah berhasil melestarikan adat dan budaya yang diperjuangkan kepada pengunjung atau wisatawan (Nugraha Rizki Nurul, 2022).

Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Nomor: KM 98 PW.102 MPPT-87 bahwa “objek wisata merupakan tempat atau kondisi alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga dapat memiliki daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi oleh wisatawan”.

Menurut Pendit (1994), mengartikan daya tarik wisata sebagai seluruh aspek yang menarik dan memiliki nilai untuk dilihat dan didatangi (Rachmad et al., 2021). Sedangkan menurut Karyono (1997), suatu daerah wisata harus memiliki tiga syarat daya tarik wisata, yaitu :

1. Ada sesuatu yang bisa dilihat (*something to see*)
2. Ada sesuatu yang bisa dikerjakan (*Something to do*)
3. Ada sesuatu yang dapat dibeli (*Something to buy*)



### 2.1.3 Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism)

Croni (1990) dalam Sharpley (2000), *Sustainable Touris*, atau pembangunan pariwisata berkelanjutan dikonsepsikan dengan menekankan dua aspek utama, yaitu menjaga keberlanjutan pariwisata sebagai sektor ekonomi serta mengintegrasikannya dalam kebijakan pembangunan berkelanjutan yang lebih luas. Sementara itu, Lane berpendapat bahwa pariwisata berkelanjutan merupakan keseimbangan antara daerah tujuan wisata (*host area*), lingkungan alam, dan masyarakat setempat, serta melibatkan industri pariwisata dalam penyusunan paket perjalanan (Kristiana dan Theodora M, 2016). Saat ini, pembangunan pariwisata difokuskan pada prinsip keberlanjutan karena kebijakan ini bertujuan untuk memastikan pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya manusia secara optimal dalam jangka panjang.

Pariwisata berkelanjutan adalah pengembangan pariwisata yang menjaga keseimbangan antara lingkungan dan makhluk hidup, menguntungkan secara ekonomi, serta adil bagi masyarakat dari sisi etika dan sosial. Yang artinya pariwisata berkelanjutan hadir dengan usaha yang terorganisir yang bertujuan untuk mengembangkan kualitas hidup dengan cara mengatur penyediaan, pengembangan, pemanfaatan, dan pemeliharaan terhadap sumber daya alam berkelanjutan (Sulistiyadi, Yohanes, 2017). Menurut *United Nasion World Tourism Organizazion* (UNWTO, 2004), pariwisata berkelanjutan melibatkan tiga elemen penting, yaitu : keberlanjutan ekonomi, keberlanjutan lingkungan, dan keberlanjutan sosial. Dengan begitu diharapkan dapat memperoleh keseimbangan antara kepentingan ekonomi, lingkungan, dan sosial.



Tujuan dari pariwisata berkelanjutan adalah untuk mengurangi kemiskinan, dengan menghormati sosial budaya yang ada, dan penggunaan sumber daya dengan tanggung jawab yang tidak hanya mendorong tetapi juga memfasilitasi dan melakukan pemberdayaan terhadap masyarakat sekitar agar mereka mampu ikut serta dalam proses produksi serta dapat merasakan langsung dari manfaat kegiatan pariwisata.

Ada beberapa manfaat yang bisa didapat oleh masyarakat lokal dari aktifitas pariwisata berkelanjutan yaitu :

1) Peluang usaha lokal baru dan penguatan ekonomi

Dengan pemanfaatan dan pengelolaan yang baik pariwisata berkelanjutan dapat membuka peluang usaha baru berbasis lokal serta memperkuat ekonomi masyarakat lokal, dapat memanfaatkan tempat pariwisata untuk usaha lokal seperti akomodasi, transportasi, penjualan kerajinan tangan, serta penjualan produk-produk lokal.

2) Penciptaan lapangan kerja yang layak

Adanya penciptaan berbagai lapangan kerja berkualitas yang berbasis pada pekerjaan yang ramah lingkungan akan memperbaiki kesejahteraan masyarakat serta meningkatkan daya beli mereka. Hal ini juga membantu mengurangi angka kemiskinan, dan konsumsi yang terjadi akan kembali mengalir ke dalam perekonomian lokal. Selain itu, permintaan akan tenaga kerja juga menciptakan peluang untuk pelatihan di tingkat lokal serta fasilitas yang mendukung pengembangan kapasitas dan keterampilan tenaga kerja.

Daya tarik wisata dan penciptaan pasar



Destinasi pariwisata yang dikelola secara lebih baik dan berkelanjutan dapat menarik wisatawan yang lebih berkualitas dan juga akan mampu menjangkau kelompok sasaran dari berbagai sumber pasar, dimana praktek industrinya tidak mengganggu masyarakat dan lingkungannya, melainkan lebih berkontribusi kepada keberlanjutan.

#### **2.1.4 Pembangunan Berbasis Masyarakat (Community Based Development)**

Pendekatan Pembangunan Berbasis Masyarakat atau yang biasa disebut dengan *Community Based Development* (CBD) merupakan metode yang memberikan manfaat langsung kepada masyarakat dengan menekankan partisipasi serta kepemilikan masyarakat atas sumber daya pembangunan. CBD juga berkaitan dengan keterlibatan pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan. Sebagai sebuah konsep dalam pengembangan masyarakat, CBD menempatkan partisipasi dan pemberdayaan sebagai elemen utama dalam mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan (Asmin, 2019).

*Community Based Development* (CBD) secara sederhana sebagai pembangunan yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat, dirancang, dan dilaksanakan oleh masyarakat sendiri dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia di lingkungan mereka. Oleh karena itu, pembangunan semacam ini seharusnya benar-benar berlandaskan pada kebutuhan masyarakat, bukan ditentukan oleh kalangan elit yang merasa lebih mengetahui dan lebih mampu merumuskan pembangunan yang dianggap sesuai bagi masyarakat (Sumbi & Firdausi, 2016). Pendekatan Pembangunan Berbasis



Masyarakat (*Community Based Development*) adalah metode yang melibatkan masyarakat atau komunitas dalam proses pembangunan. Pendekatan ini mencakup berbagai aspek, seperti sosial, budaya, ekonomi, peraturan atau kelembagaan, serta lingkungan. CBD bersifat partisipatif, di mana seluruh tahapan pembangunan mulai dari ide atau gagasan, perencanaan, penyusunan program, penganggaran, pengadaan sumber daya, hingga pelaksanaan di lapangan berorientasi pada kebutuhan nyata yang dirasakan oleh masyarakat.

Pembangunan berbasis masyarakat bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang berdaya dan berbudaya. Keberdayaan memungkinkan masyarakat untuk bertahan dan berkembang demi mencapai kemajuan. Sebagian besar masyarakat yang berdaya terdiri dari individu-individu yang sehat secara fisik dan mental, terdidik, kuat, serta memiliki nilai-nilai budaya. Mendorong masyarakat agar berdaya dapat dilakukan dengan menciptakan iklim atau suasana yang mendukung pengembangan potensi mereka. Upaya ini melibatkan dorongan, motivasi, serta peningkatan kesadaran akan kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat. Penguatan tersebut mencakup penyediaan berbagai sumber daya dan membuka akses terhadap peluang yang tersedia. Dalam proses ini, masyarakat berperan sebagai aktor utama pembangunan, dengan pemberdayaan yang berfokus pada transformasi manajemen komunitas menuju kesejahteraan bersama. Pemberdayaan menjadi alat yang efektif untuk mengatasi kemiskinan, kebodohan, dan keterbelakangan, sehingga masyarakat dapat mencapai kondisi yang lebih sejahtera.



Pendekatan Pembangunan Berbasis Masyarakat (CBD) memiliki beberapa kelebihan, di antaranya lebih aspiratif dan akomodatif terhadap keinginan serta kebutuhan kelompok masyarakat. Pendekatan ini juga lebih responsif terhadap dinamika dan perkembangan yang terjadi di dalam komunitas. Selain itu, CBD mampu meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat, karena program yang direncanakan benar-benar berasal dari kebutuhan mereka sendiri. Dengan demikian, masyarakat merasa lebih dihargai, didengar, dan diperhatikan, yang pada akhirnya memperkuat rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap program pembangunan yang dijalankan.

### 2.1.5 Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism)

Menurut Sunaryo (2013), pariwisata berbasis masyarakat atau *community based tourism* (CBT) merupakan konsep yang menekankan kepastian manfaat yang diperoleh masyarakat lokal serta adanya perencanaan dan pendampingan yang berpihak pada mereka. Selain itu, CBT memberikan ruang kontrol yang lebih besar bagi masyarakat dalam tata kelola kepariwisataan guna meningkatkan kesejahteraan mereka. Pendekatan ini juga mengedepankan partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan sektor pariwisata. Partisipasi tersebut dapat dilihat dari dua perspektif utama, yaitu keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan serta dalam distribusi keuntungan yang diperoleh dari pengembangan pariwisata (Sarudin, 2023).

Suansri (2003) menjelaskan bahwa *Community-Based Tourism* (CBT) merupakan bentuk pariwisata yang unik dengan karakteristik



berbeda dari pariwisata pada umumnya. Konsep CBT menekankan keterlibatan aktif serta pemberian hak kepada masyarakat lokal dalam pembangunan pariwisata. Tujuannya adalah untuk memperkuat kapasitas organisasi masyarakat dalam mengelola sumber daya pariwisata yang tersedia. Selain itu, CBT juga berfokus pada keberlanjutan dengan memperhatikan perkembangan aspek lingkungan, sosial, dan budaya dalam setiap tahap pengelolaannya.

CBT umumnya dirancang untuk dikelola dan dimiliki oleh masyarakat, dengan tujuan utama memberikan manfaat bagi mereka. Sebagai bentuk pariwisata yang berbasis lokal, CBT mengutamakan keterlibatan penyedia dan pemasok layanan dari komunitas setempat serta berfokus pada interpretasi dan komunikasi budaya serta lingkungan lokal. Pengembangannya dilakukan dengan dukungan masyarakat, instansi pemerintah daerah, serta lembaga swadaya masyarakat (LSM) setempat. Konsep CBT sendiri terinspirasi oleh gerakan *sustainable tourism development* yang menekankan pariwisata berkelanjutan dan berbasis komunitas (Muhammad, 2021).

CBT bertujuan merancang pengelolaan pariwisata yang tidak hanya melindungi warisan budaya suatu destinasi, tetapi juga meningkatkan kelestarian alamnya serta kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat setempat. Konsep ini sering dikaitkan dengan ekowisata, pariwisata pedesaan, dan pariwisata berbasis masyarakat, yang tidak hanya berfungsi sebagai prinsip-prinsip dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan, tetapi juga sebagai segmen pasar dalam industri pariwisata. *Community Based Tourism/CBT* memiliki peran krusial dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata di suatu wilayah. Keterlibatan masyarakat menjadi faktor



utama dalam merancang perencanaan pengembangan pariwisata yang berorientasi pada masyarakat, karena tujuan utamanya adalah memprioritaskan kepentingan penduduk lokal. Dengan demikian, program yang dirancang dapat lebih tepat sasaran dan memberikan manfaat optimal bagi komunitas setempat (Allo et al., 2018).

### 2.1.6 Permintaan dan Penawaran Pariwisata

- **Permintaan Pariwisata**

Permintaan didefinisikan sebagai beberapa barang atau jasa yang dibayarkan oleh konsumen dengan tingkat harga tertentu. Dalam ilmu ekonomi, permintaan (demand) dipahami sebagai hasrat untuk memiliki barang yang didukung oleh kesediaan maupun kemampuan membeli. Nopirin (1999) menjelaskan bahwa permintaan adalah serangkaian kombinasi harga dan kuantitas yang menunjukkan jumlah barang yang ingin serta mampu dibeli konsumen pada tingkat harga berbeda dalam jangka waktu tertentu. Suatu barang atau jasa tetap bisa mengalami peningkatan permintaan karena manfaat yang diberikannya, walaupun harganya cukup tinggi. Permintaan ini dipengaruhi tidak hanya oleh harga barang lain yang berhubungan, tetapi juga oleh pendapatan rumah tangga, pendapatan masyarakat secara umum, distribusi pendapatan, jumlah penduduk, dan perkiraan keadaan di masa depan. Sedangkan dalam pandangan ahli geografi, permintaan pariwisata dipahami sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan individu ke suatu destinasi dengan menggunakan berbagai fasilitas serta layanan pariwisata, yang bertujuan memperoleh hiburan atau kesenangan.



Setiap orang memiliki preferensi masing-masing dalam memilih kegiatan rekreasi di luar rumah. Oleh karena itu, sumber daya rekreasi menjadi daya tarik unik bagi pengunjung, sebab setiap objek wisata memiliki ciri khas yang membedakannya dengan objek wisata lain. Karakteristik tersebut menimbulkan adanya permintaan yang bersifat spesifik. Hal ini sejalan dengan pandangan Howe (1979), yang mengemukakan bahwa permintaan khusus dapat dimaknai sebagai kesediaan untuk membayar guna mempertahankan pemanfaatan suatu kawasan yang belum tentu digunakan secara langsung oleh seluruh pengunjung.

Permintaan wisata pada dasarnya merupakan orang-orang yang ingin melakukan perjalanan wisata. Menurut Mathieson dan Wall (1982) dalam Suprpto (2005) permintaan wisata terdiri dari tiga jenis. Permintaan tersebut yaitu permintaan efektif atau permintaan aktual wisatawan yang sedang menikmati fasilitas pariwisata, permintaan tertahan (suppressed demand) merupakan seluruh atau sebagian masyarakat yang tidak melakukan perjalanan karena alasan tertentu, serta tidak ada permintaan, yaitu mereka yang tidak ada dan tidak mau mengadakan perjalanan.

Menurut Medlik, faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata dapat dijabarkan sebagai berikut.

#### 1. Harga

Tingkat harga akan berakibat pada keinginan wisatawan yang melakukan perjalanan. harga yang tinggi akan mengakibatkan menurunnya permintaan pariwisata bergitu juga sebaliknya.

#### 2. Pendapatan

Suatu negara yang memiliki pendapatan yang tinggi, maka akan



berpengaruh positif terhadap keinginan wisatawan dalam memilih tujuan berwisata sehingga wisatawan dapat memanfaatkan daerah pariwisata tersebut sebagai lahan yang menguntungkan.

### 3. Sosial Politik

Daerah tujuan wisata yang memiliki keadaan aman dan tentram tidak akan terlihat oleh wisatawan tetapi jika kenyataannya bertolak belakang maka keadaan sosial politik di daerah pariwisata akan memiliki dampak yang negatif terhadap permintaan pariwisata.

### 4. Intensitas Keluarga

Jumlah anggota keluarga juga berpengaruh terhadap permintaan berwisata. Jumlah keluarga yang banyak akan meningkatkan keinginan untuk berwisata dari salah satu keluarga tersebut semakin besar, tetapi hal ini juga tergantung dengan kepentingan wisata itu sendiri.

### 5. Harga barang Substitusi

Barang pengganti dalam hal ini sama dengan pengganti daya tarik wisata yang dijadikan sebagai cadangan dalam melakukan kegiatan pariwisata, misalnya Malaysia menjadi tujuan utama dalam melakukan pariwisata namun dengan karena harganya terlalu tinggi maka tujuan berwisata diubah ke Bali dengan harga yang lebih rendah.

Jackson berpendapat bahwa, selain faktor-faktor yang telah disebutkan, permintaan pariwisata juga dipengaruhi oleh kondisi di daerah asal wisatawan. Faktor tersebut mencakup jumlah penduduk, tingkat kemampuan finansial, waktu luang yang dimiliki, ketersediaan transportasi, dan strategi pemasaran destinasi wisata.



- **Penawaran Pariwisata**

Dalam ilmu ekonomi, penawaran (supply) adalah jumlah barang atau jasa yang tersedia dan ditawarkan oleh produsen atau penjual untuk dijual pada berbagai tingkat harga dalam periode tertentu. Menurut Mankiw (2012) Penawaran adalah hubungan antara harga suatu barang dan jumlah barang yang ingin serta mampu diproduksi dan dijual oleh penjual.

Penawaran pariwisata dapat didefinisikan sejumlah barang atau jasa yang ditawarkan untuk wisatawan dengan tingkat harga tertentu. Penawaran pariwisata biasanya terdiri dari seluruh daerah tujuan wisata yang ditawarkan kepada wisatawan, baik wisatawan potensial maupun riil. Penawaran pariwisata yaitu suatu hal yang ditawarkan kepada wisatawan. Penawaran dalam pariwisata menunjukkan atraksi wisata yang berasal dari alam maupun buatan, jasa-jasa maupun barang-barang yang diperkirakan dapat menarik perhatian orang-orang untuk mengunjungi destinasi di suatu tempat (Salah Wahab, 1975). Yoeti (1996) membagi produk pariwisata atau yang lebih dikenal dengan penawaran wisata ke dalam 3 golongan yaitu atraksi wisata, fasilitas, dan perangkutan.

Menurut Medlik ada empat unsur yang harus ada pada penawaran pariwisata yaitu sebagai berikut :

1. Daya tarik (*Attraction*)

Daya tarik wisata merupakan salah satu komponen utama dalam menarik kunjungan wisatawan. Suatu wilayah pariwisata perlu diarahkan pada pengembangan atraksi wisata, di mana potensi yang dimiliki daerah tersebut berfungsi sebagai modal kepariwisataan. Upaya pengembangan harus berorientasi pada



preferensi wisatawan, baik dalam bentuk atraksi alam, atraksi budaya, maupun atraksi buatan. Apabila modal kepariwisataan dapat dikembangkan secara optimal, maka wisatawan akan merasa betah berada di destinasi tersebut bahkan terdorong untuk melakukan kunjungan ulang. Dengan kata lain, keberadaan atraksi wisata menjadi faktor pendorong utama bagi wisatawan dalam menentukan daerah tujuan.

## 2. Fasilitas (*Amenity*)

Amenity disebut juga dengan amenitas yaitu semua sarana dan prasarana yang digunakan oleh wisatawan di tempat tujuan pariwisata. Sarana dan prasana tersebut seperti rumah makan, penginapan, transportasi. Apabila prasarana sudah tersedia maka dapat dibangun sarana pariwisata yaitu atraksi pariwisata, gedung pertunjukan, marina, dan lain-lain.

Prasarana yang harus tersedia di destinasi pariwisata adalah air, listrik, jalan raya, pelabuhan, telepon, dan sebagainya. Pembangunan prasarana harus didahulukan dari pada sarana pariwisata. Namun adakalanya prasarana dan sarana pariwisata harus dibangun secara bersama-sama untuk pembangunan daerah pariwisata. Daerah pariwisata akan sering diminati oleh wisatawan jika memiliki aksesibilitas yang baik. Terdapat hubungan antara sarana dan prasarana. Prasaran merupakan syarat untuk sarana dan begitupun sebaliknya sarana dapat menyebabkan perbaikan prasarana.



### 3. Aksebilitas (*accessibility*)

Aksesibilitas merupakan salah satu unsur terpenting dalam berpariwisata. Akses terpenting dalam pariwisata adalah transportasi atau jasa transportasi. Unsur ini identik dengan transferbiilitas yaitu kemudahan dalam melakukan perpindahan dari satu daerah ke daerah lainnya. Jika daerah pariwisata tidak memiliki akses yang baik ( misal bandara, pelabuhan ) maka tidak ada wisatawan yang ingin berkunjung ke daerah pariwisata tersebut. apabila daerah tertentu memiliki potensi wisata maka harus ada yang memadai sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

### 4. Pelayanan tambahan (*Ancillary*)

Pelayanan tambahan sering disebut kelembagaan. Pemerintah daerah harus menyediakan pelayanan tambahan di daerah tujuan pariwisata baik untuk wisatawan ataupun pelaku pariwisata. pelayanan ini termasuk pemasaran, pembangunan sarana-prasarana serta merencanakan kegiatan dan peraturan yang baik di daerah pariwisata.

Dalam melakukan penawaran harus menjelaskan beberapa aspek tersebut kepada wisatawan. Apabila penawaran yang dilakukan oleh pengelola pariwisata berhasil maka permintaan wisatawan terhadap daerah pariwisata tersebut juga akan meningkat begitu juga sebaliknya.



## 2.2 Tinjauan Empiris

Sutrisno et al., (2018) dalam penelitiannya berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Kawasan Selat Lembeh di Kota Bitung” bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan pariwisata di Kawasan Selat Lembeh, Kota Bitung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data Primer dikumpulkan langsung dari lapangan melalui responden yang telah ditentukan sebelumnya. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai instansi dan lembaga terkait, seperti Dinas Pariwisata, Badan Pusat Statistik (BPS) Bitung, perpustakaan, serta SKPD lain yang relevan, termasuk Dinas Pariwisata, Bappeda, dan Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Satu Pintu Kota Bitung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata Kawasan Selat Lembeh di Kota Bitung yaitu berdasarkan hasil analisis SWOT, Kawasan Selat Lembeh berada di kuadran pertama yang menunjukkan kombinasi antara peluang eksternal dan kekuatan internal. Strategi utama untuk mengembangkan pariwisata di kawasan ini adalah dengan meningkatkan tiga aspek utama: atraksi, aksesibilitas, dan amenities. Berikut adalah langkah-langkah yang perlu dilakukan: (1) Menjaga keindahan dan keunikan alam Selat Lembeh sebagai daya tarik utama sambil menambahkan objek wisata buatan baru untuk meningkatkan daya tarik kawasan. (2) Melengkapi dan meningkatkan fasilitas umum, fasilitas wisata, serta sarana dan prasarana yang ada agar mampu mendukung kenyamanan pengunjung. (3) Menggunakan teknologi informasi, khususnya media sosial, secara cerdas sebagai alat promosi yang efisien dan hemat biaya untuk menarik lebih banyak wisatawan.



Listyaningrum., (2018) “Strategi Pengelolaan Berkelanjutan Kawasan Wisata Pantai Timang Di Kecamatan Tepus, Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan berkelanjutan pada kawasan wisata Pantai Timang di Kecamatan Tepus serta menentukan apa yang menjadi prioritas yang mempengaruhi keberhasilan dari pengelolaan keberlanjutan pada kawasan ini. Hasil dari penelitian ini bahwa untuk mencapai keberhasilan dalam pengelolaan kawasan Pantai Timang, ada empat strategi pengelolaan yang harus diperhatikan dan diseimbangkan yaitu prinsip dari segi kelembagaan, lingkungan, sosial serta ekonomi,

Ridwan., (2020) “*Development Strategy of Mount Nona Tourism Area, Anggeraja District, Enrekang Regency, Indonesia*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dalam pengembangan kawasan wisata Gunung Nona yang berada di Kelurahan Tanete Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kawasan Gunung Nona berada di kuadran I, yang menunjukkan penerapan strategi pertumbuhan cepat (*rapid growth strategy*). Fokus utamanya adalah meningkatkan kualitas, mengoptimalkan pemanfaatan lahan, serta menciptakan merek promosi yang inovatif dan relevan dengan tren terkini. Strategi untuk mencapainya meliputi pengembangan ekowisata dan perancangan paket wisata yang menarik.

Mufida, n.d, (2025), “Strategi Pengembangan Wisata Pantai Sembilan dengan Metode Analytical Hierarchy Process” Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pengembangan wisata Pantai Sembilan di paten Sumenep dengan mempertimbangkan kriteria prioritas yang akan. Metode analisis data menggunakan metode Analytic Hierarchy Process (AHP) untuk menentukan prioritas kriteria dan alternatif strategi



pengembangan wisata. Teknik pengumpulan data penelitian ini melibatkan wawancara dan pengisian kuesioner kepada 5 informan yang memiliki kemampuan terhadap kegiatan wisata Pantai Sembilan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa infrastruktur memiliki bobot tertinggi dalam kriteria prioritas, diikuti oleh sosial, kelembagaan, dan ekonomi. Dalam alternatif strategi, bobot tertinggi adalah kerja sama dengan stakeholder, kemudian menyusul, penguatan kelembagaan, multiplier effect terhadap ekonomi desa, peningkatan pendapatan usaha destinasi wisata, manajemen pariwisata berbasis Masyarakat lokal Madura, dan pemanfaatan teknologi informasi dan digital. Infrastruktur dan kerja sama dengan stakeholder menjadi kunci utama dalam pengembangan wisata Pantai Sembilan

Mhd. Ramadani., (2021), "Strategi Pengembangan Wisata Prasejarah (Studi Pada Situs Sarcophagus Di Desa Batu Tering)" Penelitian ini bertujuan untuk menentukan prioritas strategi pada pengembangan wisata prasejarah pada situs sarcophagus di Desa Batu Tering. Populasi dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, diantaranya (I) responden birokrat ialah responden (individu) dari dinas/lembaga/instansi pemerintah di Kabupaten Sumbawa sebagai pihak yang terlibat dalam pembuatan kebijakan dalam perumusan kebijakan terkait sektor pariwisata (II) responden praktisi ialah responden yang berkecimpung di dunia pariwisata seperti tourgide, pengusaha travel agent, penyedia akomodasi, dan pengusaha pada industri pariwisata di Kabupaten Sumbawa dengan penentuan sampel menggunakan purposive sampling sebanyak 30 sampel. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis hirarki proses (AHP) dengan menggunakan aplikasi



Online System yang mana hasil dari pada penelitian ini menentukan a alternatif strategi pengembangan Kelompok Sadar Wisata menjadi as terpenting strategi dengan nilai Bobot 15,8%, kedua ialah kebijakan

pemerintah dengan nilai bobot 11,9%, ketiga perbaikan infrastruktur jalan dengan bobot 10,6%, selanjutnya information center 7,7% yang menjadi alternatif prioritas pada strategi pengembangan wisata prasejarah pada situs sarcophagus di Desa Batu Tering.

Suta & Mahagangga., (2018) "Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat". Penelitian ini bertujuan merumuskan model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Kabupaten Bangka, khususnya di kawasan Pantai Rambak dan Pantai Rebo. Hasil penelitian ini menghasilkan model pengembangan pariwisata dengan pendekatan pengembangan masyarakat, yang dirancang sebagai alternatif untuk diterapkan di wilayah tersebut. Model ini terdiri dari tiga tahapan: tahap awal (*beginning*), tahap pertengahan (*middle*), dan tahap lanjutan (*advanced*), dengan perubahan strategi dari pendekatan direktif ke nondirektif. Pendekatan direktif berfokus pada pembentukan budaya pariwisata di masyarakat, sedangkan pendekatan nondirektif menekankan integrasi budaya pariwisata dalam kehidupan sehari-hari serta kesadaran masyarakat untuk menjaga keberlanjutan sumber daya alam. Kedua pendekatan ini menekankan pentingnya keterlibatan aktif masyarakat dalam seluruh proses pengembangan pariwisata.

Arsawan et al., (2019) "Pemberdayaan Masyarakat Berbasis *Community Development* (Studi Ekploratif Di Kawasan Wisata Sangeh)". Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pola pemberdayaan masyarakat di Kawasan Wisata Sangeh melalui pengembangan serta keterlibatan aktif masyarakat dalam proses tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep pemberdayaan masyarakat yang diterapkan adalah pemberdayaan berbasis



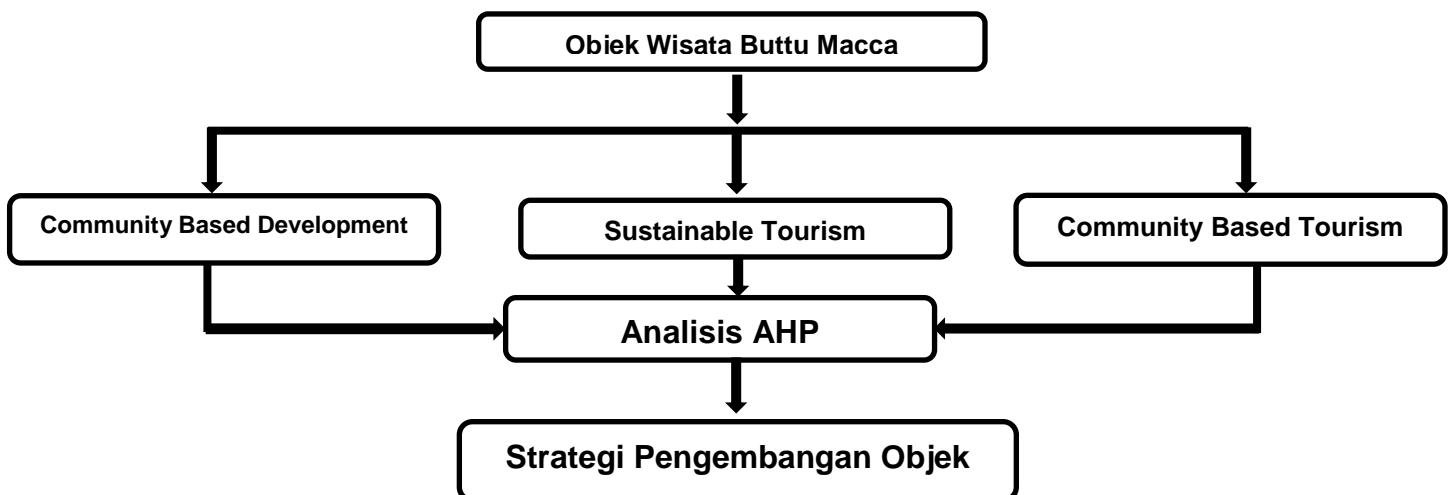
tal profesional, yaitu pola pemberdayaan partisipatif yang berfokus pada gkatan peran agen-agen pembaharuan. Hal ini terbukti dari partisipasi generasi muda yang berkolaborasi dengan tokoh adat. Implikasi dari

penelitian ini dapat menjadi referensi penting bagi para pemangku kepentingan serta peneliti selanjutnya dalam mengembangkan model pemberdayaan masyarakat di kawasan wisata.

Allo et al., (2018) "Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism*) di Kabupaten Tana Toraja" Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi *Community Based Tourism* di Kabupaten Tana Toraja. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa jenis pariwisata yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai pariwisata berbasis masyarakat di Kabupaten Tana Toraja mencakup wisata alam, wisata agro, wisata sejarah, serta wisata seni dan budaya.

### 2.3 Kerangka Pikir

Berdasarkan uraian latar belakang dan tinjauan teoritis yang telah disampaikan sebelumnya, kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:



Gambar 2 1 Bagan Kerangka Pikir Penelitian

