

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pariwisata merupakan potensi yang dapat dikembangkan oleh suatu daerah. Berbagai sektor pariwisata dipenjuru Indonesia menyimpan berbagai keindahan alam dengan potensinya masing – masing. Potensi wisata yang dimiliki Indonesia tidak hanya dijadikan kekayaan sumber daya alam semata, namun perlu adanya strategi yang digunakan untuk pengembangan wisata dimasa yang akan datang dengan potensi yang dimiliki oleh masing – masing wilayah.

Semakin pesatnya perjalanan wisata di berbagai negara sudah seharusnya Indonesia memanfaatkan semua potensi yang ada dengan sebaik-baiknya untuk membangkitkan dan meningkatkan pembangunan di dalam negeri. Pariwisata mempunyai peranan dalam pembangunan negara yaitu dari segi ekonomis (sumber devisa, pajak- pajak), segi sosial (penciptaan lapangan kerja), dan segi kebudayaan (memperkenalkan kebudayaan kepada wisatawan - wisatawan asing).

Dasar hukum pengembangan pariwisata yang sesuai dengan prinsip pengembangan adalah Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan (Pasal 6 Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata). Pasal 8: 1) Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi, dan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota. 2) Pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud pada

ayat (1) merupakan bagian integral dari rencana pembangunan jangka panjang nasional. Pasal 11: Pemerintah bersama lembaga yang terkait dengan kepariwisataan menyelenggarakan penelitian dan pengembangan kepariwisataan untuk mendukung pembangunan kepariwisataan.) serta (Pasal 12: 1) Aspek-aspek penetapan kawasan strategis pariwisata).

Dalam era globalisasi sekarang ini, bidang pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menunjang pembangunan perekonomian nasional. Sektor ini dicanangkan selain sebagai salah satu sumber penghasil devisa yang cukup andal, juga merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong perkembangan investasi. Untuk mengembangkan sektor ini pemerintah berusaha keras membuat rencana dan berbagai kebijakan yang mendukung kearah kemajuan sektor ini. Salah satu kebijakan tersebut adalah menggali, menginventarisir dan mengembangkan obyek- obyek wisata yang ada sebagai daya tarik utama bagi wisatawan.

Wilayah Kabupaten Bogor memiliki luas  $\pm$  298.838,31 Ha. Secara geografis terletak di antara 6°18'0" – 6°47'10" Lintang Selatan dan 106°23'45" – 107°13'30" Bujur Timur, dengan tipe morfologi wilayah yang bervariasi, dari dataran yang relative rendah di bagian utara hingga dataran tinggi di bagian selatan, dataran rendah sekitar 29,28% berada pada ketinggian 15 – 100 meter di atas permukaan laut (dpl), merupakan kategori ekologi hilir. Dataran bergelombang sekitar 43,62% berada pada ketinggian 100 – 500 meter dpl, merupakan kategori ekologi tengah. Sekitar 19,53% daerah pegunungan berada pada ketinggian 500 - 1.000 meter dpl, merupakan kategori ekologi hulu. Daerah pegunungan tinggi sekitar 8,43% berada pada ketinggian 1.000 – 2.000 meter dpl, merupakan kategori ekologi hulu dan 0,22% berada pada ketinggian 2.000 – 2.500 meter dpl.

Selain itu, kondisi morfologi Kabupaten Bogor sebagian besar berupa dataran tinggi, perbukitan dan pegunungan dengan batuan penyusunnya didominasi oleh hasil letusan gunung, yang terdiri dari andesit, tufa dan basalt.

Gabungan batu tersebut termasuk dalam sifat jenis batuan relatif lulus air dimana kemampuannya meresapkan air hujan tergolong besar. Jenis pelapukan batuan ini relatif rawan terhadap gerakan tanah bila mendapatkan siraman curah hujan yang tinggi. Selanjutnya, jenis tanah penutup didominasi oleh material vulkanik lepas agak peka dan sangat peka terhadap erosi, antara lain Latosol, Aluvial, Regosol, Podsolik dan Andosol. Oleh karena itu, beberapa wilayah rawan terhadap tanah longsor. Secara klimatologi, wilayah Kabupaten Bogor termasuk iklim tropis sangat basah di bagian Selatan dan iklim tropis basah di bagian Utara, dengan rata - rata curah tahunan 2.500 – 5.00 mm/tahun, kecuali di wilayah bagian utara dan sebagian kecil wilayah timur curah hujan kurang dari 2.500 mm/tahun. Suhu rata - rata di wilayah Kabupaten Bogor adalah 20° - 30°C, dengan suhu rata-rata tahunan sebesar 25°. Kelembaban udara 70% dan kecepatan angin cukup rendah, dengan rata -rata 1,2 m/detik dengan evaporasi di daerah terbuka rata-rata sebesar 146,2 mm/bulan.

Sedangkan secara hidrologis, wilayah Kabupaten Bogor terbagi kedalam 7 (tujuh) buah Daerah Aliran Sungai (DAS) yaitu: (1) DAS Cidurian; (2) DAS Cimanceuri; (3) DAS Cisadane; (4) DAS Ciliwung; (5) Sub DAS Kali Bekasi; (6) Sub DAS Cipamingkis; dan (7) DAS Cibeet. Selain itu juga terdapat 32 jaringan irigasi pemerintah, 794 jaringan irigasi pedesaan, 93 situ dan 96 mata air.

Desa Karang Tengah merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Babakan Madang Kabupaten Bogor yang mempunyai obyek wisata berupa Curug Leuwihejo. Objek wisata Curug Leuwihejo merupakan wisata alam yang perlu dikelola untuk menunjang program otonomi daerah di bidang pariwisata. Keindahan air terjun, kondisi fisik maupun non fisik wilayah ini yang menjadikannya sebagai tempat wisata alternatif bagi wisatawan domestik yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Hampir setiap waktu, lokasi ini didatangi pengunjung terutama pada akhir pekan atau hari libur nasional. Sehingga menjadi

tujuan wisata yang berpotensi untuk keluarga terutama yang berdomisili di Jabodetabek.

Curug Leuwihejo merupakan wisata alam yang memiliki tiga buah curug (air terjun) sebagai sumber mata air yang memiliki keunikan masing- masing. Tiap – tiap curug mempunyai nama yaitu Curug Barong , Curug Leuwicepet, dan Curug Leuwilieuk. Asal nama Curug Leuwihejo diambil dari bahasa sunda yaitu leuwi yang artinya tempat pemandian dan hejo yang artinya hijau. Jikalau di definisikan Leuwihejo adalah “tempat pemandian yang airnya berwarna hijau”. Namun masyarakat sekitar banyak yang menyebut Curug Leuwihejo dengan sebutan Curug Bengkok, karena aliran sungai yang berkelok – kelok dan air terjun yang bengkok atau tidak terlihat lurus.

Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh bapak Memet selaku kepala pengelola Curug Leuwihejo, saat ini pengelolaan Curug Leuwihejo berada di bawah manajemen Perum Perhutani dan dibantu oleh LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) sebagai bentuk kerjasama yang ditawarkan oleh perhutani kepada masyarakat setempat. Mengacu pada Undang – undang Nomor 41 tahun 1999 tentang kehutanan pasal 26 ayat 2 yang menjelaskan bahwa pelaksanaan pemanfaatan hutan dilakukan melalui pemberian izin usaha pemanfaatan kawasan, izin usaha pemanfaatan jasa lingkungan, dan izin pemungutan hasil bukan kayu. Menyangkut Ijin Usaha Pemanfaatan Jasa Lingkungan serta Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2010 pasal 3 tentang Perusahaan Umum Kehutanan Negara yang menyebutkan bahwa Perum Perhutani diberikan kewenangan untuk mengelola hutan di wilayah Jawa dan Madura.

Kawasan obyek wisata Curug Leuwihejo berada pada aliran DAS Cileungsi dimana masih memiliki satu aliran DAS dengan Curug Cilember serta Curug Cipamingkis dan terletak pada wilayah hutan produksi Kabupaten Bogor. Akses jalan menuju Curug Leuwihejo masih banyak yang rusak dan berlubang serta rawannya bencana longsor ketika musim hujan. Selain itu, banyaknya

kawasan wisata lain di sekitar Sentul seperti Taman Wisata Alam Gunung Pancar, Jungleland, dan Sentul Ecoedu Tourism Forest membuat obyek wisata Curug Leuwihejo harus bersaing dengan beberapa obyek wisata tersebut.



Gambar 1 Kondisi jalan menuju wisata Curug Leuwihejo

(Diambil oleh peneliti pada tanggal 2 Februari 2019)

Harga tiket masuk menuju kawasan obyek wisata Curug Leuwihejo sebesar Rp 15.000/ orang, Rp 8.000/ motor dan mobil sehingga jika di konversikan sebesar Rp 22.000 belum termasuk tiket masuk menuju beberapa curug seperti curug Barong, Curug Leuwi Cepet, Curug Leuwiliek dikarenakan adanya tiket retribusi lagi yang dikelola oleh LMDH. Jika pengunjung ingin menuju curug tersebut harus mengeluarkan biaya lagi sebesar Rp 10.000 sehingga total bisa mencapai Rp 32.000/ orang dan belum termasuk parkir Rp 2.000.

Menurut Suwanto (1997:9) ada hal-hal yang terkait dengan pariwisata, dalam membangun industri pariwisata unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangan meliputi lima unsur, yaitu (1) Objek dan daya tarik wisata, (2) Prasarana wisata, (3) Sarana wisata, (4) Tata laksana, serta (5) masyarakat/ lingkungan. Kenyataannya yang dilakukan oleh pengelola kurang maksimal dengan tidak adanya program - program tata laksana objek wisata menimbulkan kurang optimalnya pengembangan objek wisata Curug Leuwihejo. Lalu sarana wisata

untuk objek wisata Curug Leuwihejo seperti, toilet, loker barang, mushola, dan lahan parkir yang masih kurang memadai ketika pengunjung yang datang berjumlah banyak. Serta mulai munculnya warung - warung kecil yang dikelola oleh masyarakat setempat tidak diikuti dengan pengelolaan sampah yang baik sehingga banyak sampah yang menumpuk di sekitar warung - warung kecil tanpa adanya TPA (Tempat Pembuangan Akhir) yang memadai untuk mengelola sampah tersebut yang nantinya dapat mengganggu ekosistem hutan di kawasan Curug Leuwihejo.

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Curug Leuwihejo tahun 2016 – 2019

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung				Keterangan
		2016	2017	2018	2019	
1	Januari	812	1224	6026	4122	
2	Februari	1126	726	3758	530	
3	Maret	1034	612	3512	304	
4	April	1630	315	2581	622	
5	Mei	1206	260	3937	202	
6	Juni	527	295	2231	3639	
7	Juli	3442	3817	3540	-	
8	Agustus	3061	5321	8920	-	
9	September	705	2936	5912	-	
10	Oktober	560	1252	4504	-	
11	November	942	2238	6497	-	
12	Desember	956	3219	5907	-	
Jumlah		17245	22215	57325	9419	

Sumber : Data Pengelola Objek Wisata Curug Leuwihejo

Dari data jumlah kunjungan tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami peningkatan dari 17.254 pengunjung menjadi 22.215 pengujung di tahun 2017. Pada tahun 2018 kawasan wisata Curug Leuwihejo mengalami kenaikan jumlah kunjungan yang cukup signifikan. Kondisi alam sangat berpengaruh terhadap

objek wisata Curug Leuwihejo bila masuk pada bulan – bulan musim hujan kerap kali mengalami penurunan pengunjung dikarenakan air sungai menjadi keruh dan debit air sungai menjadi besar sehingga sangat berbahaya bagi pengunjung jika bermain di sekitar Curug.

Berdasarkan latar belakang diatas Curug Leuwihejo yang berada di Kabupaten Bogor, seharusnya curug ini menjadi obyek wisata andalan yang ada di wilayah Kabupaten Bogor, dikarenakan potensi wisata yang menakjubkan seperti pesona keindahan masing - masing curug, dan tempat wisata bagi keluarga. Namun, daya tarik wisata ini dirasa kurang lengkap dikarenakan saat ini, Curug Leuwihejo kurang didukung dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai seperti akses jalan yang yang buruk , tidak adanya transportasi umum yang menuju curug, pengelolaan sampah yang kurang baik, dan pengelolaan wisata yang kurang maksimal, dikarenakan pengelolaan dari pihak yang terkait belum maksimal dan SDM yang belum memadai. Maka dari itu, peneliti merasa tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai pengembangan yang mencakup objek dan daya tarik wisata, sarana dan prasarana, serta masyarakat/ lingkungan. Sehingga ini menjadi menarik untuk diteliti dalam mengidentifikasi pengembangan obyek wisata Curug Leuwihejo.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan yang dikemukakan di atas, agar lebih terarah dan berjalan dengan baik, maka diperlukan suatu fokus penelitian maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada daerah wilayah Obyek Wisata Curug Leuwihejo desa Karang Tengah, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor.

## **C. Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana Pengembangan Obyek Wisata Curug Leuwihejo desa Karang Tengah, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor?”

#### **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah teridentifikasi serta perlunya tujuan penelitian maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi wisata dan pengembangan yang sudah dilakukan di Obyek Wisata Curug Leuwihejo. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu geografi, khususnya untuk pengembangan geografi kepariwisataan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola dalam mengembangkan obyek pariwisata dan menentukan kebijaksanaan - kebijaksanaan yang menyangkut kepariwisataan.
3. Sebagai informasi untuk meningkatkan pengembangan obyek wisata yang melibatkan masyarakat langsung yang peduli terhadap lingkungan sekitar.
4. Sebagai referensi bagi peneliti lain yang berminat melakukan penelitian di Curug Leuwihejo

#### **E. Kerangka Konseptual**

##### **1. Hakikat Pengembangan**

Pengembangan adalah suatu strategi yang dipergunakan untuk memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu objek dan daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat disekitar objek dan daya tarik wisata maupun bagi pemerintah. Menurut Suwanto (2004:59) upaya pengembangan pariwisata yang dilihat dari kebijaksanaan dalam pengembangan wisata alam, dari segi ekonomi pariwisata alam akan dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Pengembangan pariwisata bertujuan untuk memberikan keuntungan bagi wisatawan maupun lingkungan sosial yang berada dilokasi objek wisata. Dengan adanya pengembangan pariwisata diharapkan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui



keuntungan secara ekonomi yang dibawa ke kawasan tersebut. Pengembangan hendaknya memperhatikan berbagai aspek, seperti aspek budaya, sejarah dan ekonomi daerah tujuan wisata. Pada dasarnya pengembangan pariwisata dilakukan untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan permasalahan, pengembangan pariwisata secara mendasar memperhatikan beberapa konsep seperti : (1) pengembangan pariwisata berkelanjutan, (2) Pembangunan wilayah terpadu dan pengembangan produk wisata, (3) Pembangunan ekonomi pariwisata; serta (4) pengembangan lingkungan.

Menurut Butler dalam Pitana (2005:103) ada 3 fase pengembangan pariwisata atau siklus hidup pariwisata (*Destination Area Lifecycle*) yang membawa implikasi serta dampak yang berbeda, secara teoritis di antaranya:

- a. Fase *exploration* (eksplorasi/ penemuan), Daerah pariwisata baru mulai ditemukan, dan dikunjungi secara terbatas dan sporadik, khususnya bagi wisatawan petualang. Pada tahap ini terjadi kontak yang tinggi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, karena wisatawan menggunakan fasilitas lokal yang tersedia.
- b. Fase *involvement* (keterlibatan), Dengan meningkatkannya jumlah kunjungan, maka sebagian masyarakat lokal mulai menyediakan berbagai fasilitas yang memang khusus diperuntukan bagi wisatawan. Disinilah mulainya suatu daerah menjadi suatu destinasi wisata, yang ditandai oleh mulai adanya promosi.
- c. Fase *development* (pembangunan), Investasi dari luar mulai masuk, serta mulai munculnya pasar wisata secara sistematis, daerah semakin terbuka secara fisik, dan promosi semakin intensif, fasilitas lokal sudah tersisih atau digantikan oleh fasilitas yang benar-benar berstandar internasional, dan atraksi buatan sudah mulai dikembangkan, menambahkan atraksi yang alami.

Perencanaan dan pengelolaan objek dan daya tarik wisata alam, sosial budaya, maupun objek wisata harus berdasarkan pada kebijakan rencana pembangunan nasional maupun regional. Jika kedua kebijakan rencana tersebut belum tersusun, tim perencana pengembangan objek daya tarik wisata harus mampu mengasumsikan rencana kebijakan yang sesuai dengan area yang bersangkutan. Suatu obyek wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, menurut Maryani (1991:11) syarat-syarat tersebut adalah:

a. What to see

Di tempat tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain. Dengan kata lain daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan "entertainment" bagi wisatawan. What to see meliputi pemandangan alam, kegiatan kesenian, dan atraksi wisata.

b. What to do

Di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama di tempat itu.

c. What to buy

Tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk di bawa pulang ke tempat asal.

d. What to arrived

Di dalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi obyek wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan, dan berapa lama tiba ke tempat tujuan wisata tersebut.

e. What to stay

Bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur di obyek wisata itu. Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel berbintang atau hotel non berbintang dan sebagainya.

Perkembangan suatu kawasan wisata juga tergantung pada apa yang dimiliki kawasan tersebut untuk dapat di tawarkan kepada wisatawan. Hal ini tidak dapat dipisahkan dari peranan para pengelola kawasan wisata. Maka dari itu menurut Bahan Baku Penyuluhan Sadar Wisata (1992). Sadar Wisata dapat didefinisikan sebagai sebuah konsep yang menggambarkan partisipasi dan dukungan segenap komponen masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan di suatu wilayah dan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Sapta Pesona merupakan jabaran konsep Sadar Wisata yang terkait dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya untuk menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata melalui perwujudan tujuh unsur dalam Sapta Pesona tersebut, yaitu : unsur aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan kenangan.

a. Keamanan

Pengertian suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang memberikan rasa tenang, bebas dari rasa takut dan kecemasan bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.

b. Ketertiban

Pengertian kondisi lingkungan dan pelayanan di destinasi pariwisata/ daerah tujuan wisata yang mencerminkan sikap disiplin yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur serta efisien sehingga memberikan rasa nyaman dan kepastian bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.

c. Kebersihan

Suatu kondisi lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan di destinasi pariwisata/ daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang sehat/ higienis sehingga memberikan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.

d. Kenyamanan

Suatu kondisi di destinasi pariwisata/ daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang sejuk dan teduh yang akan memberikan perasaan nyaman bagi wisatawan dalam melakukan kunjungannya ke daerah tersebut.

e. Keindahan

Suatu kondisi di daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang indah dan menarik dan memberikan kesan yang mendalam bagi wisatawan sehingga mewujudkan potensi kunjungan ulang serta mendorong promosi ke pasar wisatawan yang lebih luas.

f. Keramah - tamahan

Suatu kondisi lingkungan yang bersumber dari sikap masyarakat di destinasi pariwisata yang mencerminkan suasana yang akrab dan terbuka.

g. Kenangan

Kenangan dapat berupa yang indah dan menyenangkan. Kenangan yang indah dapat diciptakan dengan antara lain: akomodasi yang nyaman, bersih dan sehat, suasana yang mencerminkan ciri khas suatu daerah bentuk dan gaya bangunan serta hiasannya.

**a. Indikator Pengembangan Wisata**

1) Destinasi Wisata

Menurut Cooper sebagaimana dikutip oleh Prof. Dr. I Gede Pitana dalam sambutannya di seminar Cooperation in the Development of Education and Tourism in Global Era pada 31 Mei 2012 di

Surabaya, sebelum sebuah destinasi diperkenalkan dan dijual, terlebih dahulu harus mengkaji 4 aspek utama (4A) yang harus dimiliki, yaitu attraction, accessibility, amenity, ancillary.

a) Attraction

Attraction atau atraksi adalah produk utama sebuah destinasi. Menurut Karyono (1997) Atraksi atau daya tarik wisata berkaitan dengan what to see dan what to do. Apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di destinasi tersebut. Atraksi bisa berupa keindahan dan keunikan alam, budaya masyarakat setempat, peninggalan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan. Seharusnya sebuah atraksi harus mempunyai nilai diferensiasi yang tinggi. Unik dan berbeda dari daerah atau wilayah lain.

b) Accessibility

Accessibility atau aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi. 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.

c) Amenity

Amenity atau amenitas adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan, rumah makan, transportasi dan agen perjalanan. Dengan menggunakan prasarana yang cocok dibangunlah sarana-sarana pariwisata seperti hotel, atraksi wisata, marina, gedung pertunjukan, dan sebagainya. Adapun prasarana yang banyak diperlukan untuk pembangunan sarana-sarana pariwisata ialah jalan raya, persediaan air, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, pelabuhan, telepon, dan lain-lain. Mengingat hubungan antar sarana dan prasarana, sudah jelas bahwa pembangunan prasarana pada umumnya harus mendahului sarana. Ada saatnya prasarana dibangun bersama-sama dalam rangka pembangunan sarana wisata. Suatu tempat atau daerah dapat berkembang sebagai daerah tujuan wisata apabila aksesibilitasnya baik. Ada hubungan timbal balik antara sarana dan prasarana. Prasarana merupakan syarat untuk sarana, dan sebaliknya sarana dapat menyebabkan perbaikan prasarana.

d) Ancillary

Adanya lembaga pariwisata, wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari daerah tujuan wisata apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan keamanan, (protection of tourism) dan terlindungi.

Keempat faktor diatas merupakan faktor yang sangat vital dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata. Tidak dapat dipungkiri bahwa sektor pariwisata mempunyai peranan penting dalam pembangunan suatu bangsa, khususnya perekonomian negara karena kegiatan pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan yang cukup potensial. Menurut buku *tourism industry (2000)*, Pariwisata

dilihat sebagai suatu jenis usaha yang memiliki nilai ekonomi, maka pariwisata adalah sebagai suatu proses yang dapat menciptakan nilai tambahan terhadap barang dan jasa sebagai satu kesatuan produk yang nyata ataupun yang berupa jasa – jasa yang dihasilkan melalui proses produksi. Yang dimaksud dengan “product” dalam ilmu ekonomi, adalah sesuatu yang dihasilkan melalui proses produksi. Dalam pengertian ini, ditekankan bahwa tujuan akhir dari suatu proses produksi tidak lain adalah suatu barang yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan guna untuk memenuhi kebutuhan manusia.

## 2) Publisitas dan Promosi

Publisitas dan Promosi merupakan alat untuk propaganda kepariwisataan dengan didasarkan atas rencana atau program secara teratur dan kontinu. Publisitas dan promosi yang ditujukan kepada masyarakat dengan maksud dan tujuan untuk menggugah pandangan masyarakat agar mempunyai kesadaran akan kegunaan pariwisata baginya, sehingga industri pariwisata memperoleh dukungan dari masyarakat, khususnya para wisatawan.

Publisitas dan promosi bukan hanya ditujukan pada masyarakat atau wisatawan dalam negeri saja melainkan secara universal dengan maksud agar wisatawan asing dapat melakukan hal yang sama dengan masyarakat dalam negeri, khususnya dalam kunjungan pada obyek wisata tertentu.

Promosi kepariwisataan merupakan suatu strategi yang harus dilakukan secara berkesinambungan baik di tingkat internasional maupun regional. Sehubungan dengan kebijakan pemerintah Indonesia mengenai penyelenggaraan otonomi daerah, maka masing-masing daerah diharapkan mampu menarik para wisatawan baik mancanegara maupun domestik untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata yang ada

di Indonesia dengan jalan semakin meningkatkan promosi kepariwisataannya.

Untuk strategi promosi, Kementerian Pariwisata menggunakan istilah POSE: paid media, owned media, social media, dan endorser.

### 3) Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM Pariwisata adalah Seluruh aspek manusia yang mendukung kegiatan wisata baik bersifat tangible maupun intangible yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mewujudkan terciptanya kepuasan wisatawan serta berdampak positif terhadap ekonomi, kesejahteraan, dan kelestarian lingkungan dan budaya di suatu kawasan wisata.

Pariwisata sebagai sebuah industri yang sangat bergantung pada keberadaan manusia. Terwujudnya pariwisata merupakan interaksi dari manusia yang melakukan wisata yang berperan sebagai konsumen yaitu pihak-pihak yang melakukan perjalanan wisata/wisatawan dan manusia sebagai produsen yaitu pihak-pihak yang menawarkan produk dan jasa wisata. Sehingga aspek manusia salah satunya berperan sebagai motor penggerak bagi kelangsungan industri pariwisata di suatu negara.

SDM merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam memajukan sektor pariwisata. Pentingnya SDM di sektor pariwisata adalah manusia (people) merupakan sumber daya yang sangat penting di sebagian besar organisasi. Khususnya di organisasi berbasis jasa (service-based organization), SDM berperan sebagai faktor kunci dalam mewujudkan keberhasilan kinerja. Pada beberapa industri, faktor manusia berperan penting dan menjadi faktor kunci sukses terhadap pencapaian kinerja. Seperti pada industri pariwisata, dimana perusahaan memiliki hubungan langsung yang bersifat intangible (tak berwujud) dengan konsumen yang sangat bergantung pada



kemampuan individu karyawan dalam membangkitkan minat dan menciptakan kesenangan serta kenyamanan kepada para konsumennya.

Kementerian Pariwisata telah mencanangkan program pengembangan sumber daya manusia untuk menyongsong industri pariwisata 4.0. Program tersebut penting untuk menyiapkan SDM pariwisata yang berorientasi kepada wisatawan milenial dan digadag-gadang bakal meningkatkan kualitas pelaku atau penyedia jasa wisata.

- a) Program pertama ialah pemetaan digital "maturity" di industri pariwisata di Indonesia. Program ini melibatkan ekosistem kepariwisataan serta pemetaan perilaku, pengetahuan, dan keterampilan. Tujuannya ialah mempersempit gap di dalam industri kepariwisataan di Indonesia.
- b) Kedua, program pemetaan kompetensi, kurikulum, dan metode pembelajaran dan sertifikasi Wonderful Indonesia Digital Tourism. Program ini mengharuskan Kementerian Pariwisata menerapkan metode pembelajaran kompetensi digital bertajuk Blended Learning. Selain itu, membentuk Center of Excellence Tourism di perguruan tinggi pariwisata dengan pendekatan pentahelix serta sertifikasi kompetensi.
- c) Ketiga ialah program kerja sama antara Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata (PTNP) dan industri di bidang pengembangan kompetensi digital. Misalnya dengan membuka kesempatan mahasiswa PTNP magang di industri yang mempunyai kompetensi digital terbaik.
- d) Keempat adalah program pengembangan dan pembinaan SDM desa wisata dengan Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata (PTNP). Di antaranya melakukan pendampingan untuk pelaku wisata di kawasan desa wisata dengan menggandeng perguruan tinggi

pariwisata. Bisa pula dengan melakukan pengkajian untuk mendukung aplikasi program desa wisata berbasis digital.

- e) Kelima, kerja sama pengembangan start up pariwisata dan industri kreatif di berbagai destinasi wisata. Perlu dilakukan kerja sama seperti membuat gerakan nasional. Gerakan ini berorientasi pada pengembangan start up di sektor industri pariwisata serta pengembangan kapasitas.
- f) Terakhir atau keenam, Kementerian Pariwisata merancang program pengembangan dan pelatihan Wonderful Indonesia Digital atau WIDI Champion.

## **2. Hakikat Obyek Wisata**

Menurut Suwanto (2004: 4) objek wisata alam adalah sumber daya alam yang berpotensi dan berdaya tarik bagi wisatawan serta yang ditujukan untuk pembinaan cinta alam, baik dalam kegiatan ala maupun setelah pembudidayaan.

Menurut Suwanto (2004: 18-19) objek wisata merupakan sarana pokok kepariwisataan, antara lain:

- a. Keindahan alam (natural amenities), iklim, pemandangan, fauna dan flora yang aneh (uncommon vegetation & animals), hutan (the sylan elements) dan sumber kesehatan (health centre) seperti sumber air panas belerang, mandi lumpur, dan lain-lain.
- b. Ciptaan manusia (man made supply) seperti monumen-monumen, candi- candi, art gallery, dan lain-lain.

Direktorat Jendral Pariwisata (1985:3) menyatakan objek wisata adalah perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan.

Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata dikelompokkan ke dalam:

- a. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam.
- b. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya.
- c. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus.

Dalam kedudukannya yang sangat menentukan itu maka daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun/ dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang. Membangun suatu objek wisata harus dirancang sedemikian rupa berdasarkan kriteria tertentu. Umumnya daya tarik suatu objek wisata berdasar pada:

- a. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
- b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- c. Adanya ciri khusus/ spesifikasi yang bersifat langka.
- d. Adanya sarana/ prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
- e. Objek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan dan sebagainya.

Objek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek karya manusia pada masa lampau.

Pembangunan suatu objek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki objek tersebut dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan.

- a. Kelayakan Finansial

Studi kelayakan ini menyangkut perhitungan secara komersial dari pembangunan objek wisata tersebut. Perkiraan untung- rugi sudah harus

diperkirakan dari awal. Berapa tenggang waktu yang dibutuhkan untuk kembali modal pun sudah harus diramalkan.

b. Kelayakan Sosial Ekonomi Regional

Studi kelayakan ini dilakukan untuk melihat apakah investasi yang ditanamkan untuk membangun suatu objek wisata juga akan memiliki dampak sosial ekonomi secara regional; dapat menciptakan lapangan kerja/ berusaha, dapat meningkatkan penerimaan devisa, dapat meningkatkan penerimaan pada sektor yang lain seperti pajak, perindustrian, perdagangan, pertanian, dan lain-lain. Dalam kaitannya dengan hal ini pertimbangan tidak semata-mata komersial saja tetapi juga memperhatikan dampaknya secara lebih luas.

c. Layak Teknis

Pembangunan objek wisata harus dapat dipertanggung jawabkan secara teknis dengan melihat daya dukung yang ada. Tidaklah perlu memaksakan diri untuk membangun suatu objek wisata apabila daya dukung objek wisata tersebut rendah. Daya tarik suatu objek wisata akan berkurang atau bahkan hilang bila objek wisata tersebut membahayakan keselamatan para wisatawan.

d. Layak Lingkungan

Analisis dampak lingkungan dapat dipergunakan sebagai acuan kegiatan pembangunan suatu objek wisata. Pembangunan objek wisata yang mengakibatkan rusaknya lingkungan harus dihentikan pembangunannya. Pembangunan objek wisata bukanlah untuk merusak lingkungan tetapi sekedar memanfaatkan sumber daya alam untuk kebaikan manusia dan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia sehingga menjadi keseimbangan, keselarasan dan keserasian hubungan antara manusia dengan manusia, manusia dengan lingkungan alam dan manusia dengan Tuhannya.

Menurut Suwanto (1997: 19) ada hal-hal yang terkait dengan pariwisata, dalam membangun industri pariwisata yaitu :

a. Atraksi Wisata (obyek wisata)

Atraksi adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

b. Daerah Tujuan Wisata

Unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangan meliputi lima unsur :(1) Objek dan daya tarik wisata, (2) Prasarana wisata, (3) Sarana wisata, (4) Tata laksana/infrastruktur, serta (5) Masyarakat/ lingkungan.

c. Sarana Wisata

Menurut Suwanto (1997: 22), Sarana wisata adalah kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Suwanto membagi sarana wisatamen jadi tiga yaitu :

1) Sarana pokok pariwisata (Main Tourism Superstructures) Sarana pokok pariwisata adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya tergantung pada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan pariwisata. Misalnya ; travel agent, tour operator, perusahaan angkutan wisata, hotel, restoran, objek wisata/atraksi wisata.

2) Sarana pelengkap pariwisata (Suplementing Tourism Superstructures)

Sarana pelengkap pariwisata adalah perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok pariwisata, tetapi juga yang penting adalah membuat agar wisatawan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata (DTW).

3) Sarana penunjang pariwisata (Supporting Tourism Superstructures)

Sarana penunjang pariwisata adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok berfungsi tidak hanya membuat wisatawan tinggal lebih lama pada daerah tujuan wisata. Tetapi fungsi lebih penting adalah agar wisatawan baik domestik maupun mancanegara lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjunginya, misalnya kios-kios.

4) Prasarana Wisata

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan pariwisata, seperti jalan, listrik, air, rumah sakit, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya.

5) Masyarakat/Lingkungan

a) Masyarakat

Masyarakat di sekitar objek wisata adalah yang akan menyambut kehadiran wisatawan tersebut dan sekaligus akan memberikan layanan yang diperlukan oleh para wisatawan. Untuk ini masyarakat di sekitar objek wisata perlu mengetahui berbagai jenis dan kualitas layanan yang dibutuhkan oleh para wisatawan.

b) Lingkungan

Di samping masyarakat di sekitar objek wisata, lingkungan alam di sekitar objek wisata pun perlu diperhatikan dengan seksama agar tak rusak dan tercemar. Jumlah manusia yang terus meningkat dari tahun ke tahun dapat mengakibatkan rusaknya ekosistem dari fauna dan flora di sekitar objek wisata. Oleh sebab itu perlu ada upaya menjaga kelestarian lingkungan

melalui penegakan berbagai aturan dan persyaratan dalam pengelolaan suatu objek wisata.

c) Budaya

Lingkungan masyarakat dalam lingkungan alam di suatu objek wisata merupakan lingkungan budaya yang menjadi pilar penyangga kelangsungan hidup masyarakat.

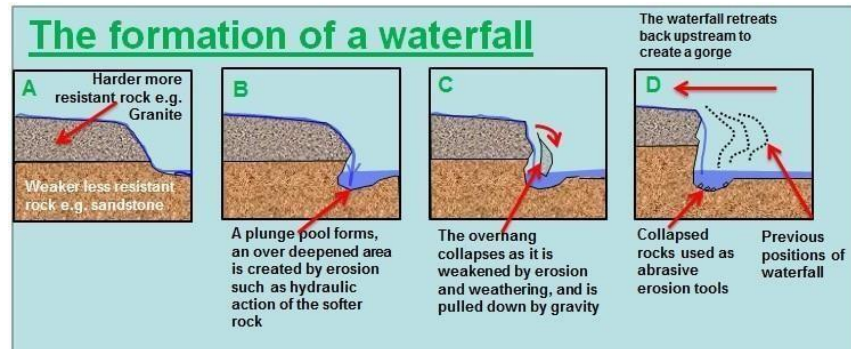
Sujali (1989:23) mengemukakan bahwa bahan dasar yang perlu dimiliki oleh industri pariwisata dibedakan menjadi tiga bentuk, yaitu :

- a. Objek wisata alam (natural resources): Bentuk dari objek ini berupa pemandangan alam seperti pegunungan, pantai, flora dan fauna atau bentuk yang lain. Contohnya adalah pantai Parangtritis, Purwahamba Indah, gunung Merbabu dan lain-lain.
- b. Objek wisata budaya atau manusia (human resources): objek ini lebih banyak dipengaruhi oleh lingkungan/kehidupan manusia seperti museum, candi, kesenian, upacara keagamaan, upacara adat, upacara pemakaman atau bentuk yang lain. Contohnya adalah candi Borobudur, Keraton Yogyakarta, upacara sedekah bumi.
- c. Objek wisata buatan manusia (man made resources): objek ini sangat dipengaruhi oleh aktivitas manusia sehingga bentuknya tergantung pada kreativitas manusianya seperti tempat ibadah, alat musik, museum, kawasan wisata yang dibangun seperti Taman Mini Indonesia Indah, Monumen Yogya Kembali, Taman Ria Safari.

### 3. Hakikat Air Terjun (Curug)

Air terjun adalah aliran air yang terbentuk ketika aliran air jatuh dari tempat yang tinggi, air yang jatuh akan menggerus dasar sungai hingga terbentuk cekungan menyerupai kolam. Air terjun dapat juga terjadi karena adanya patahan yang di atasnya terdapat aliran sungai (Eko Sujatmiko, 2014:4). Air terjun biasanya terdapat di daerah yang sulit dicapai, oleh

karena itu untuk mengelola daerah wisata air terjun (Curug) perlu adanya prasarana jalan sampai ke obyek (Soenarno Simon, 2001: 133).



Gambar 2 Proses Terbentuknya Air Terjun (Curug)

Fenomena geografis ini terjadi dalam cakupan ruang yang luas dan dengan waktu yang tidak sebentar dan terus menerus terjadi. Berikut adalah gambar skema proses terbentuknya air terjun.

- Terdapat perbedaan lapisan batuan jika dilihat dari tingkat ketahanan terhadap pengikisan air. Lapisan batuan tersebut ada yang sifatnya hard rock (batuan yang keras) dan soft rock (batuan yang halus). Hard rock ini adalah batuan granit dan soft rock adalah batuan pasir.
- Badan air atau sungai mengalir melewati lereng pegunungan dan pada waktu yang bersamaan mengikis berbagai macam lapisan batuan yang ada. Air akan lebih mengikis lapisan soft rock dibandingkan hard rock. Akibatnya, terbentuklah kolam terjun sebagai daerah jatuhnya air.
- Bagian overhang (lapisan batuan keras yang menonjol) runtuh karena dilemahkan oleh erosi dan pelapukan dan ditarik ke bawah oleh gravitasi.
- Dalam kurun waktu yang panjang, air sungai yang turun menuju lembah tersebut kemudian menjadi air terjun yang kian bertambah tinggi. Tidak hanya itu, kolam terjun juga semakin dalam karena pengikisan air



sungai yang jatuh terus-menerus. Batu yang ambruk digunakan sebagai alat pengikisan air untuk terus mengikis kedalaman kolam terjun.

## F. Penelitian Relevan

Tabel 1. 2 Penelitian Relevan

No.	Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1.	Ian Asriandy 2016 Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makasar	Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng	Metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif	Dengan usaha-usaha pengembangan tersebut di atas maka sesuai dengan harapan akan terjadi kenaikan jumlah wisatawan yang akan berdampak pada penjualan tiket (retribusi) yang akan berkontribusi pada peningkatan jumlah Pendapatan Asli Daerah. Di dalam konsep pengembangan, juga terdapat penjualan souvenir yang tentu akan menggerakkan perekonomian local daerah tersebut. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga akan tumbuh sehingga pemberdayaan masyarakat local akan berdampak positif. Konsep pengembangan Air Terjun Bissapu yang menjadi tempat wisata nyaman dengan segala pelayanan, keindahan dan cinderamata yang ditawarkan akan langsung berdampak pada kenaikan pendapatan asli daerah secara signifikan
2.	Ernis Khoerinisah Rahmat 2016 Program studi Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta	Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Alam Curug Tujuh di Desa Sandingtaman Kecamatan Panjalu Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat	Metode deskriptif kuantitatif dan pendekatan geografi berupa pendekatan ekologi (Ecological Approach)	Menunjukkan bahwa 1) Kondisi fisik Desa Sandingtaman luas wilayah 629,400 ha, kemiringan lereng 27 – 49 %, ketinggian tempat 500 mdpl – 1.750 mdpl, tipe curah hujan C agak basah, suhu 15,63°C – 23,25°C. 2) Kondisi non fisik: (a) Pengelolaan wisata alam Curug Tujuh masih sederhana, dan promosi yang dilakukan masih kurang, (b) Hampir semua wisatawan menyatakan ingin kembali berkunjung ke wisata alam Curug Tujuh (91,92 persen), (c) Semua penduduk mendukung terhadap pengembangan wisata alam Curug Tujuh karena memberikan manfaat bagi penduduk. 3) Faktor pendukung: (a) Daya tarik berupa wisata alam, (b) Obyek wisata banyak diminati pengunjung, (c) Adanya dukungan penduduk, (d) Masuk dalam peta pariwisata Kabupaten Ciamis. Faktor penghambat yaitu: (a) Sarana dan prasarana kurang lengkap, (b) Aksesibilitas rendah, (c) Area parkir milik pribadi, (d) Kurangnya manajemen pengelolaan.

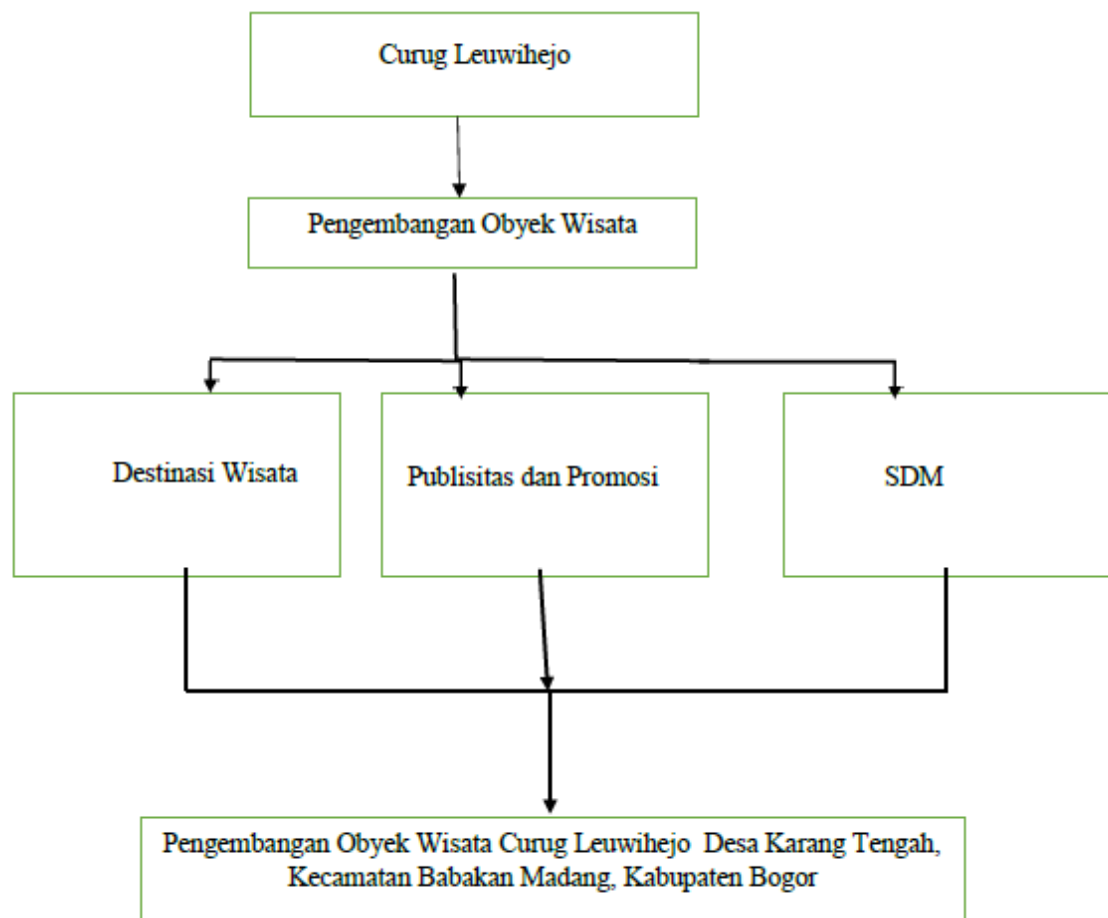
No.	Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil
3.	Ali Rakhmatullah 2017 Program Studi Pendidikan Geografi Universitas Negeri Jakarta	Studi Pengembangan Objek Wisata Arung Jeram di Sungai Kalibaru Desa Sukaraja, Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor	Metode Campuran (Mixed Methods).	Daerah penelitian mempunyai tingkat potensi terhadap gerakan tanah yang bervariasi. Tingkat potensi gerakan tanah yang dipengaruhi oleh aktivitas pemanfaatan lahan oleh masyarakat akan menjadikan daerah penelitian mempunyai resiko terhadap gerakan tanah. Kejadian bencana tanah longsor di daerah penelitian sangat dipengaruhi oleh tingkat potensi bencana gerakan tanah dan aktivitas masyarakat yang tidak memperhatikan keseimbangan lingkungan.
4.	Mardiyuan Azis Purnama (Universitas Negeri Jakarta) 2013	Pengembangan Pariwisata Taman Wisata Alam Gunung Pancar	Metode deskriptif dengan pendekatan survey	Taman Wisata Alam Gunung Pancar mengalami peningkatan dalam jumlah pengunjung, penyerapan tenaga kerja dan sektor jasa maupun usaha dagang.

### G. Kerangka Berpikir

Pengembangan pariwisata pada hakekatnya merupakan upaya untuk membawa sistem kepariwisataan yang satu menuju sistem kepariwisataan lain yang dipandang lebih mampu atau lebih baik melalui perencanaan dengan memperhatikan perubahan konfigurasi yang terjadi.

Obyek wisata alam Curug Leuwihejo sedang melakukan perubahan dengan mengembangkan baik dari segi destinasi wisata, promosi wisata, dan kualitas SDM, pengembangan yang dilakukan oleh pengelola Curug Leuwihejo tentunya dibatasi oleh peraturan Undang – undang pemerintah, yakni UU Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, Peraturan Menteri Kehutanan Nomor P.14/Menhut- II/2006 tentang pinjam pakai kawasan hutan, dan peraturan pemerintah Nomor 6 Tahun 2007 tentang tata hutan dan penyusunan rencana pengelolaan serta pemanfaatan hutan.

Melihat kenyataan tersebut, perlu dilakukan identifikasi lingkungan lebih mendalam untuk menggali potensi yang ada dan mengatasi permasalahan-permasalahan yang dituangkan untuk mengembangkan Obyek Wisata Curug Leuwihejo.



Gambar 3 Kerangka Berpikir