

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah Negara yang memiliki sumber daya alam yang melimpah. Dengan potensi kekayaan alamnya yang melimpah dan dikelola dengan baik dan tepat, maka potensi - potensi tersebut dapat menjadi faktor utama dalam meningkatkan pendapatan daerah ataupun pemasukan bagi Negara. Potensi kekayaan alam di Indonesia yang dapat dikembangkan salah satunya ada pada bidang pariwisata. Pariwisata di Indonesia semakin berkembang dari tahun ke tahun. Hal tersebut dapat kita lihat dari peningkatan jumlah wisatawan mancanegara yang mengunjungi tempat – tempat pariwisata di Indonesia.

Sektor pariwisata dapat memberikan peningkatan yang cukup besar terhadap devisa Negara, dapat dibuktikan dengan adanya beberapa destinasi tempat wisata yang tersebar diseluruh Indonesia, termasuk di Kabupaten Ciamis, Jawa Barat. Kabupaten Ciamis merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Barat yang memiliki berbagai macam objek wisata, salah satunya adalah Destinasi wisata budaya Karangkamulyan yang berada tidak jauh dari pusat Kota Ciamis. Destinasi wisata budaya Karangkamulyan merupakan objek wisata yang terletak di Desa Karangkamulyan, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis. Saat ini Destinasi wisata budaya Karangkamulyan dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis, sementara untuk kepemilikan kawasan tersebut yaitu Pemerintah Desa Karangkamulyan. Destinasi wisata budaya ini berada di wilayah yang strategis karena lokasinya terletak di jalur selatan Pulau Jawa yang mana jalur ini merupakan jalur tujuan Provinsi Jawa Tengah dan Kabupaten Pangandaran.

Destinasi wisata budaya Karangkamulyan memiliki situs-situs purbakala yang memiliki cerita atau toponimi dari setiap situs yang ada, inilah

daya tarik utama bagi setiap wisatawan yang datang. Selain itu, di Destinasi wisata budaya Karangkamulyan juga terdapat peninggalan – peninggalan serta keanekaragaman flora dan fauna. Keberadaan semua situs di destinasi wisata budaya ini di rawat dan di kelola oleh pihak sekitar & juga Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis.

Menurut PERDA Provinsi Jawa Barat No. 2 Tahun 2006 Tentang Pengelolaan Kawasan Lindung terdapat perlindungan pada bagian ke 7 pasal 39 dan 40 dijelaskan harus adanya perlindungan terhadap kawasan cagar budaya untuk melindungi kekayaan budaya bangsa berupa peninggalan – peninggalan sejarah, bangunan arkeologi, bangunan monumental dan adat istiadat yang berguna untuk pelestarian, pengembangan dan pemanfaatan dari ancaman kerusakan, kehancuran dan kepunahan yang disebabkan oleh kegiatan manusia atau diakibatkan oleh gejala alam. Sebuah tempat atau cagar budaya dapat dikatakan sebagai objek wisata atau tempat wisata apabila memiliki daya tarik agar wisatawan dapat berkunjung ke tempat tersebut.

Tabel 1. Data Wisatawan Destinasi wisata budaya Karangkamulyan

No.	Tahun	Jumlah Wisatawan
1.	2018	24.145
2.	2019	13.770
3.	2020	6.724
4.	2021	5.449
5.	2022	9.063

(Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis)

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa kunjungan wisatawan ke Destinasi wisata budaya Karangkamulyan dari tahun ke tahun mengalami penurunan dan kenaikan jumlah pengunjung. Pada tahun 2020 dan tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan menurun akibat adanya Pandemi Covid 19.

Menurunnya jumlah wisatawan tersebut disebabkan adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Setelah pandemic covid 19 mereda, jumlah kunjungan berangsur naik. Namun pada saat ini masyarakat mengetahui Destinasi Wisata Budaya Karangkamulyan sebagai Destinasi Wisata yang monoton, sehingga banyak masyarakat yang berkunjung bersifat *accidental* atau secara kebetulan. Tujuan masyarakat berkunjung ke Destinasi Wisata ini lebih banyak menghabiskan waktu di luar kawasan Cagar Budaya, karena sebagian besar pengunjung yang datang hanya untuk sekedar beristirahat dari perjalanan yang jauh, karena Destinasi wisata budaya Karangkamulyan ini letaknya di pinggir perlintasan jalan nasional yang menghubungkan Jawa Barat dan Jawa Tengah, pengunjung pada umumnya adalah sebagai wisatawan transit, kecuali pada hari libur yang banyak didatangi oleh pengunjung berkeluarga. Daya tarik di destinasi wisata budaya ini dirasa masih kurang saat ini, destinasi wisata budaya Karangkamulyan kurang didukung dengan kegiatan pemasaran atau promosi, pengelola Destinasi wisata budaya Karangkamulyan masih belum maksimal dalam melakukan promosi tentang sejarah kebudayaan destinasi wisata ini baik di daerah Kabupaten Ciamis maupun luar daerah Kabupaten Ciamis, sehingga banyak masyarakat yang masih kurang mengetahui adanya destinasi wisata budaya yang berupa peninggalan kerajaan Galuh yang ada di Destinasi wisata budaya Karangkamulyan. Adanya potensi besar yang dimiliki oleh Destinasi wisata budaya Karangkamulyan maka diperlukan adanya perencanaan pengembangan yang tepat. Namun masih kurangnya pengembangan daya tarik serta pengelolaannya sehingga menjadi faktor utama permasalahan dalam pengembangan pariwisata.

Dalam pengembangan dunia pariwisata Indonesia, sebagaimana didukung dan tercantum pada Undang – Undang No 10 Tahun 2009 yang berisi tentang Kepariwisata yang mana didalamnya disebutkan bahwa keberadaan obyek wisata di suatu wilayah atau daerah akan sangat dapat menguntungkan, hal

ini ditandai dengan adanya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), lalu ditandai juga dengan meningkatnya kualitas hidup masyarakat, dan dapat memperluas beberapa kesempatan kerja untuk masyarakat karena saat ini masih banyak masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan, dapat meningkatkan rasa simpati dan empati terhadap lingkungan serta melestarikan alam dan ciri khas budaya disuatu tempat.

Pengembangan sektor pariwisata di suatu wilayah dapat menjadi alasan utama baik secara lokal, secara regional ataupun secara ruang lingkup nasional yang terdapat disuatu Negara sangat berkaitan dengan pembangunan perekonomian di dalam wilayah ataupun negara tersebut. Pembangunan pariwisata telah disebutkan di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2009 yang tercantum pada Pasal 3 Tentang Kepariwisataan menyebutkan bahwa Kepariwisataan memiliki fungsi untuk memenuhi kebutuhan manusia yang mana diantaranya meliputi kebutuhan jasmani, kebutuhan rohani, dan juga intelektual kepada setiap wisatawan yang berkunjung melalui rekreasi dan perjalanan serta dapat meningkatkan pendapatan di suatu Negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

Hal ini juga didukung oleh (Yoeti, 2008) bahwa pengembangan pariwisata di beberapa daerah tujuan objek wisata akan selalu diperhitungkan dengan adanya beberapa keuntungan dan beberapa manfaat bagi masyarakat. Inskeep (1991) mengemukakan bahwa ada komponen - komponen untuk pengembangan pariwisata yang erat kaitannya dengan pendekatan perencanaan pariwisata, yaitu diantaranya meliputi atraksi wisata, kemudian akomodasi wisata, lalu fasilitas wisata, dan beberapa pelayanan wisata lainnya yang meliputi transportasi, infrastruktur, dan juga elemen institusi.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan diatas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengembangan pariwisata pada

destinasi wisata budaya Karangkamulyan yang mencakup destinasi wisata yaitu atraksi, amenities dan aksesibilitas, publisitas dan promosi objek wisata, dan mencakup sumber daya manusia. Penelitian ini juga nantinya diharapkan dapat memberikan saran dan masukan pada pengelola untuk pengembangan Destinasi wisata budaya Karangkamulyan, Desa Karangkamulyan, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat kedepannya.

B. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimanakah pengembangan Destinasi wisata budaya Karangkamulyan, Desa Karangkamulyan, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat?”

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, agar lebih terarah maka diperlukan suatu fokus permasalahan sehingga peneliti memfokuskan permasalahan penelitiannya pada Pengembangan Destinasi wisata budaya Karangkamulyan, Desa Karangkamulyan, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah teridentifikasi serta perlunya tujuan penelitian maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan yang telah dilakukan di Destinasi wisata budaya Karangkamulyan. Adapun kegunaan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu :

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Dapat memberikan informasi dan bahan acuan kepada peneliti dalam memperoleh pengalaman dan wawasan tentang

pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam meneliti pengembangan destinasi wisata budaya Karangkamulyan, Desa Karangkamulyan, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat.

2. Kegunaan Praktis

- a. Dapat menjadi acuan pemerintah terutama Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Ciamis, Jawa Barat sebagai pengelola untuk menjadi bahan masukan dalam pengembangan destinasi wisata budaya Karangkamulyan dan diharapkan dapat diterapkan sebagai dasar untuk pengembangan objek wisata kedepannya.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai-nilai edukasi kepada pengunjung dan khalayak ramai terkait pengembangan destinasi wisata budaya Karangkamulyan, Desa Karangkamulyan, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat.

E. Kerangka Konseptual

1. Hakikat Pariwisata

a) Pengertian Pariwisata

Pariwisata pada awalnya merupakan kata yang tercipta dari bahasa sansekerta yang komponennya terdiri dari kata “Pari” yang memiliki arti sempurna, lengkap, yang tertinggi, berkeliling. Sedangkan arti dari kata “Wisata” adalah perjalanan, sehingga dapat dikatakan bahwa pariwisata ini berarti perjalanan yang lengkap atau perjalanan yang sempurna.

Menurut Suwanto tahun (2004) dijelaskan bahwa berpariwisata yaitu ketempat tujuan yang lain di wilayah yang berbeda dari tempat tinggal aslinya dan memiliki sifat yang hanya sementara waktu maupun juga dalam waktu yang relatif lebih lama.

Spillane (1987) mengemukakan pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Menurut Undang - Undang RI No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan telah mencantumkan bahwa pariwisata adalah macam - macam suatu kegiatan wisata yang mana kegiatan tersebut tentunya didukung oleh berbagai fasilitas dan juga layanan yang tersedia, lalu di sediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Sementara kepariwisataan merupakan keseluruhan dari suatu kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan sifatnya multidimensi dan juga multidisiplin yang mana hal ini muncul sebagai wujud kebutuhan setiap individu dan negara serta melalui adanya interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat, sama halnya dengan sesama wisatawan, pengusaha, pemerintah, dan juga pemerintah daerah.

Pariwisata dapat disimpulkan merupakan kegiatan melepaskan diri dari pekerjaan rutin dengan melakukan perjalanan ketempat tujuan untuk sementara waktu atau dalam waktu yang relatif lebih lama yang didukung oleh berbagai fasilitas dan juga layanan yang tersedia guna memenuhi kebutuhan rekreasi, keseimbangan atau keserasian, dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup.

b) Objek Wisata

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.24 Tahun 1979, obyek wisata adalah perwujudan dari sebuah ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya dan sejarah bangsa, serta beberapa tempat keadaan yang memiliki daya tarik yang menarik untuk dikunjungi. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, obyek wisata merupakan tempat atau keadaan suatu alam yang memiliki

potensi sumber daya wisata yang mana potensi ini dibangun dan dikembangkan sehingga potensi tersebut mempunyai daya tarik dan nantinya dapat diusahakan sebagai tempat yang dapat diminati dan juga dikunjungi para wisatawan.

Menurut Yoeti (1996), suatu wilayah ataupun suatu daerah dapat menjadi daerah tujuan wisata yang baik karena telah dapat mengembangkan 3 hal agar daerah tersebut menarik untuk dikunjungi, yaitu :

- a) Terdapat sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*), maksudnya adanya beberapa hal yang menarik untuk dikunjungi dan juga dilihat oleh para wisatawan. Beberapa objek wisata mempunyai keunikan tersendiri yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung.
- b) Terdapat sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*), maksudnya adanya sesuatu yang memiliki ciri khas untuk dibeli, contohnya seperti adanya cendramata untuk dibawa pulang. Hal ini diperlukan adanya fasilitas untuk dapat melakukan kegiatan jual-beli atau berbelanja yang mana hal ini dapat dijadikan sebagai sebuah souvenir ataupun sebuah kerajinan tangan, serta dibutuhkan pula dengan adanya money changer dan atm bank untuk melakukan transaksi.
- c) Terdapat sesuatu yang dapat dilakukan (*something to do*), maksudnya adanya suatu aktivitas yang dapat dilakukan di suatu objek wisata yang mana hal ini nantinya dapat membuat wisatawan yang berkunjung merasa nyaman dan ingin berlama-lama di objek wisata tersebut. Contohnya objek wisata di dekat pantai wisatawan dapat melihat matahari terbenam, sementara di objek wisata di daerah pegunungan wisatawan dapat mengadakan perkemahan.

2. Hakikat Pengembangan Pariwisata

Pengembangan yang dikemukakan oleh Yoeti (2008), adalah sebuah usaha atau upaya untuk meningkatkan dan juga mengembangkan hal yang

telah tersedia. Pengembangan yang tentunya berhubungan dengan pariwisata di beberapa daerah tujuan wisata nantinya akan selalu diperhitungkan dengan keuntungan dan dengan manfaat untuk masyarakat yang berada di sekitarnya. Perencanaan yang sangat baik dan matang tentunya adalah faktor yang sangat mempengaruhi pengembangan pariwisata sehingga nantinya dapat menimbulkan kebermanfaatannya untuk masyarakat, baik juga dari segi sosial, segi ekonomi dan juga dari segi budaya. Pengembangan pariwisata juga harus sesuai dengan perencanaan yang sangat baik dan juga matang.

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 diperuntukkan 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.

a) **Komponen Pengembangan Wisata**

a. **Destinasi Wisata**

Pembangunan pariwisata di Indonesia menurut Ardika (2003), memiliki prinsip yang menitikberatkan pada Pariwisata Berbasis Masyarakat, yaitu dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Sedangkan pariwisata yang berwawasan budaya, didalamnya mencakup seluruh hasil cipta, rasa maupun karya masyarakat, yang mana hal tersebut merupakan salah satu kekayaan utama bangsa Indonesia yang dapat membawa pada keuntungan kompetitif.

Destinasi wisata adalah suatu daya tarik bagi objek wisata dan menjadi pilihan wisatawan untuk berkunjung, dengan perspektif wilayah geografik yang menjadi kunjungan temporer, aktivitas ekonomi dengan bertransaksinya wisatawan dan menjadi keuntungan bagi penduduk lokal serta psikografi wisatawan dalam memilih destinasi untuk menghabiskan waktu (WTO. 2017 dalam Bruce, 2013). Terciptanya sebuah destinasi yang menjadi pilihan wisatawan dikelola oleh pemerintah dan pihak yang terkait. Destinasi suatu wisata dikatakan berhasil jika calon pengunjung mendapatkan informasi mengenai wisata serta benefit apa yang didapatkan ketika mereka melakukan suatu perjalanan pada destinasi wisata dan untuk menarik perhatian wisatawan maka harus memiliki syarat *what to see*, *what to do*, dan *what to buy*. Oleh karena itu untuk menarik perhatian wisatawan perlu adanya komponen produk pariwisata yaitu :

a) **Atraksi**

Atraksi adalah suatu kegiatan yang dilakukan guna untuk menarik perhatian para wisatawan agar berkunjung kesuatu wisata atau tempat tertentu. Suatu objek dapat dikatakan menarik jika memenuhi syarat *what to see* didaerah tersebut dan memiliki objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan wisata yang lain. Pengelolaan objek dan daya tarik wisata menjadi salah satu faktor penggerakan disektor

pariwisata dan membutuhkan kerjasama antara masyarakat dan pemerintah, ataupun kerjasama antara pengusaha dan pihak swasta. Atraksi atau disebut juga sebagai daya tarik adalah sesuatu hal unik yang menarik pada objek wisata sehingga membuat orang yang tertarik untuk mengunjunginya. Atraksi wisata merupakan suatu motivasi atau pendorong kepada seseorang untuk datang berkunjung (Fanggidae, 2018).

Atraksi tersebut dapat berupa atraksi wisata alam maupun atraksi buatan manusia. Atraksi alam adalah atraksi yang sudah ada pada keadaan alam seperti pemandangan, keindahan alam, iklim, sumber mata air panas, hutan, serta flora dan fauna (Middleton, 2001 dalam I Made Bayu, 2019). Sedangkan atraksi buatan manusia adalah sesuatu hal yang menarik yang diciptakan oleh manusia misalnya candi, kesenian, monument, *art gallery*, pesta adat, upacara, dll. Atraksi adalah daya tarik wisatawan yang melakukan liburan (Ahman Sya dan Zulkifli, 2019). Atraksi diidentifikasi menjadi sumber, sumber daya manusia-budaya yang perlu untuk dikembangkan menjadi atraksi wisata dan hasil-hasil karya manusia seperti peninggalan sejarah, museum, seni budaya, wisata agro maupun tirta, wisata alam, taman rekreasi, dan lain-lain.

b) Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah salah satu prospek yang penting dalam mendorong terjadinya pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral. Pada dasarnya aksesibilitas dilakukan untuk mengukur suatu kemudahan perjalanan yang dilakukan terhadap aktifitas antara tata guna lahan dan transportasi. Semakin mudah upaya yang dilakukan dalam perjalanan maka pengembangan wisata akan lebih baik selain itu mobilitas perjalanan keluar akan semakin sedikit

(Magribi & Suhardjo, 2004). Aksesibilitas adalah suatu kemudahan bagi individu untuk mencapai suatu tempat tertentu terhadap jarak lokasi suatu daerah satu dan yang lain yang berhubungan dengan pusat pelayanan publik dan identik dengan ibu kota. Selain itu aksesibilitas terkait dengan biaya dan waktu (Farida, 2013) .

Selain itu aksesibilitas juga merupakan aspek yang penting sebagai pendukung dalam pengembangan pariwisata karena menyangkut dengan pengembangan lintas sektoral (Ahman Sya dan Zulkifli, 2019). Transportasi juga erat hubungannya dengan aksesibilitas dan frekuensi penggunaannya, kecepatan yang dimilikinya dari yang terlihat jauh seolah terlihat menjadi dekat sehingga mempersiapkan waktu dan tentunya meringankan beban biaya, sehingga dalam kepariwisataan ada 3 macam transportasi yang dapat digunakan wisatawan yaitu transportasi laut, transportasi udara, dan transportasi darat. Dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas adalah prasarana penunjang bagi aktifitas pariwisata, jika akses menuju lokasi tersebut baik maka pengembangan terhadap wisata akan lebih mudah dan dapat berkembang dengan cepat.

c) Sarana dan Prasarana (Amenitas)

Dalam mengembangkan pariwisata pada daerah maka pengembangan sarana dan prasarana merupakan hal yang penting terkait dengan pergerakan suatu individu dari tempat yang satu ketempat yang lainnya. Sarana ini harus memberikan pelayanan yang baik kepada para wisatawan sehingga mereka dapat menikmatinya seperti memberikan fasilitas sehingga mendorong mereka untuk berkunjung dengan waktu yang lama, serta memudahkan wisatawan yang berkunjung dalam melakukan pergerakan wisata. Untuk upaya pengembangan suatu objek wisata , sarana dan prasarana memiliki

kedudukan yang sama dan menjadi faktor yang penting karena kepariwisataan menyangkut pergerakan manusia dan segala keinginannya (Ahman Sya dan Zulkifli, 2019), oleh karena itu sarana yang diperlukan adalah :

- Sarana Pokok (*main tourism suprastructures*) yang terdiri dari biro perjalanan, angkutan, dan akomodasi dll
- Sarana Perlengkapan (*Supplementing tourism suprastructures*) seperti rekreasi, olahraga, photograph, spot foto
- Sarana Penunjang seperti (*Supporting tourism suprastructures*) jaringan jalan, jembatan, rumah sakit, sistem penyediaan air bersih, apotik, dan lain-lain

Sarana tersebut harus dilakukan dan prasarana tersebut harus disediakan agar kegiatan wisata terselenggara dengan baik. Prasarana Kepariwisataan ini seperti jaringan listrik, komunikasi, Persediaan air, pengendalian kecelakaan dll.

b. Publisitas dan Promosi

Publisitas dan Promosi merupakan alat untuk propaganda kepariwisataan dengan didasarkan atas rencana atau program secara teratur dan kontinu. Publisitas dan promosi akan 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.

Pemasaran pariwisata adalah suatu upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan dalam membuat suatu produk wisata, mendistribusikan produk wisata, transaksi agar dapat dikonsumsi oleh wisatawan. Pemasaran atau promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan dalam memperkenalkan atraksi yang ditawarkan dan bagaimana caranya agar atraksi tersebut dapat dikunjungi (Ahman Sya dan Zulkifli, 2019). Sedangkan dalam pemasaran produk barang dan jasa maka produk tersebut harus dikembangkan sesuai dengan permintaan pasar wisata dan sesuai kebutuhan wisatawan. Dalam hal penggunaan media (*media strategy*) pemasaran dapat dilakukan dengan memenuhi kriteria POSE (*Paid Media, Own Media, Social Media, and Endorser*)

a) *Paid Media*

Paid media adalah suatu media marketing yang dibeli atau dibayar dengan adanya investasi yang dilakukan dalam pelaksanaannya sehingga mencapai atau adanya perubahan sistem pencarian baik dalam jaringan iklan display maupun pemasaran afiliasi, sedangkan untuk offlinenya melalui media cetak, iklan Tv, serta surat langsung (Assauri, 2013). Kelebihan dari paid media adalah dengan promosi yang dibuat maka jangkauannya akan sangat luas.

b) *Own Media*

Own media adalah suatu media yang dimiliki oleh perusahaan dan media tersebut bersifat online maupun offline. Media online ini digunakan untuk kebutuhan marketing seperti membuat suatu bentuk pemasaran melalui online dan milik pribadi pada media facebook, Twitter, Instagram, e-mail, blog, dll. Sedangkan media offline seperti brosur, koran dll (Assauri, 2013).

c) *Social Media*

Social media adalah suatu media online yang dibuat agar memudahkan para pengguna dalam menggunakannya baik dengan mendapatkan atau menciptakan seperti blog, wiki, jejaring social dan lain-lain (Luminmarso, 2005). Social media ini digunakan dalam bentuk pemasaran untuk menciptakan sebuah pengakuan, kesadaran, tindakan suatu merek atau produk, bisnis, perseorangan maupun sebuah kelompok secara langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya social media pemasaran maka memudahkan pelaku usaha untuk bertransaksi melalui online.

d) *Endorser*

Endorser adalah suatu pendukung iklan atau bintang iklan dalam mendukung suatu produk iklannya baik secara langsung maupun tidak langsung. Endorser memiliki keahlian untuk membuat seseorang percaya terhadap suatu promosi yang dilakukan dan endorser juga mempengaruhi pendapat, perilaku dan sikap yang dilakukan melalui proses internalisasi (Belch, 2004:218 dalam Bramantya & Jatra, 2016).

c. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia adalah suatu modal dalam pengembangan pariwisata, dan sumber daya manusia harus memiliki keahlian dan keterampilan untuk memberikan jasa bagi pelayanan pariwisata yang prima (Ahman Sya dan Zulkifli, 2019). Sumber Daya Manusia Pariwisata adalah seluruh aspek manusia yang mendukung kegiatan wisata 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 penggerak bagi kelangsungan industri pariwisata di suatu negara.

Pentingnya SDM di sektor pariwisata adalah manusia yang merupakan sumber daya yang sangat penting di sebagian besar organisasi. Khususnya di organisasi berbasis jasa. Pada beberapa industri, faktor manusia menjadi faktor kunci sukses terhadap pencapaian kinerja. Seperti pada industri pariwisata, dimana perusahaan memiliki hubungan langsung dengan konsumen yang sangat bergantung pada kemampuan individu karyawan dalam membangkitkan minat dan menciptakan kesenangan serta kenyamanan kepada para konsumennya.

Kesiapan Sumber daya manusia merupakan kunci dalam berbagai program pembangunan salah satunya adalah bidang pariwisata oleh karena itu perlu adanya keterlibatan jenjang pendidikan untuk mempersiapkan sumber daya manusia Pariwisata baik pendidikan berupa formal, nonformal, ataupun informal. Selain itu SDM juga merupakan unsur input dengan kombinasi unsur lain baik itu dari modal, suatu bahan, alat atau mesin dan suatu metode atau teknologi dengan menghasilkan suatu output berupa barang dan jasa untuk mencapai tujuan organisasi. (Hasibuan, 2000). Dengan demikian maka orang-orang yang ikut terlibat dalam organisasi tersebut dapat seperti top manajer, middle manajer, dan karyawan maupun para investor. Sumber daya manusia harus memiliki kriteria ini yaitu sebagai berikut :

1. Kuantitas adalah Jumlah atau banyaknya sumber daya manusia dalam sebuah organisasi.

2. Kualitas adalah mutu atau tingkat baik buruknya sumber daya manusia dalam sebuah organisasi.
3. Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan kerja antara individu dengan individu lainnya maupun suatu organisasi yang satu dengan organisasi lainnya dalam menciptakan suatu produk dan jasa.

3. Hakikat Wisatawan

Menurut Sammeng (200: 1), Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan atau kunjungan sementara secara sukarela ke suatu tempat di luar lingkungan tempat tinggalnya sehari-hari dengan maksud tertentu dan tidak memperoleh penghasilan tetap di tempat yang dikunjungi. Sedangkan menurut Soekadijo (2000: 3), Wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang di datangnya. Lebih khususnya, Wisatawan Nusantara adalah seseorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya.

Wisatawan adalah orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungannya itu (Spillane, 2003). Sedangkan UU RI Nomor 9 tahun 1990 dalam Yoeti (2007), mendefinisikan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Berdasarkan pengertian pengunjung di atas, adapun bagian-bagian yang termasuk di dalamnya, yaitu:

- 1) Wisatawan (*tourist*) yaitu pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal 24 jam di negara yang dikunjunginya.
- 2) Pelancong (*exursionist*) yaitu pengunjung sementara yang tinggal kurang dari 24 jam di negara yang dikunjunginya (termasuk pelancong dengan kapal pesiar).

Pengunjung merupakan faktor penentu bagi perkembangan suatu daerah wisata, karena mereka lah yang merupakan asset utama melakukan aktivitas. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung, semakin baiklah prospek pengembangannya dan sebaliknya. Menurut Pasific Area Trafel Association (PATA) mereka itu adalah :

1. Orang – orang yang sedang melakukan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi, untuk kesehatan, dan sebagainya.
2. Orang – orang yang sedang mengadakan perjalanan, untuk maksud pertemuan bidang ilmu pengetahuan, diplomatik, dan lain sebagainya.
3. Orang – orang yang sedang mengadakan perjalanan dengan maksud bisnis.
4. Pejabat pemerintahan atau militer yang ditugaskan disuatu negara, seharusnya tidak dimasukkan dalam kategori ini akan tetapi karena mereka melakukan perjalanan ke negara lain, maka hal ini dapat digolongkan sebagai wisatawan. (Nyoman S. Pedit, 1986:34) dalam Ahman Sya dan Zulkifli Harahap, 2019:123-125. Wisatawan bukanlah sebatas pada pengunjung yang mengadakan perjalanan antar negara, akan tetapi juga antar daerah dalam suatu negara (wisatawan domestik). (Ahman Sya & Zulkifli, 2019)

4. Hakikat Cagar Budaya

Kebudayaan merupakan hasil karya dan juga merupakan sebuah bukti eksistensi manusia pada zaman dahulu untuk mempertahankan hidupnya. Kebudayaan manusia dapat terbentuk akibat aktivitas – aktivitas yang dilakukan secara terpola dan hal ini dapat menjadi kebiasaan yang dapat dilestarikan oleh pengikutnya karena dapat dipandang sebagai metode yang dianggap baik untuk menunjang kelangsungan hidup. Pada umumnya, kebudayaan di beberapa tempat atau beberapa wilayah memiliki perbedaan dengan wilayah yang lain. Hal ini

disebabkan oleh adanya proses adaptasi manusia yang bergantung dengan kondisi alam tempat tinggalnya.

a) Pengertian Cagar Budaya

Cagar Budaya menurut (Ramli, 2015) merupakan sebuah warisan budaya yang bersifat Kebendaan, Bangunan, Struktur, Situs, dan Kawasan Cagar Budaya di darat maupun di air yang sangat perlu dilestarikan keberadaannya karena beberapa sifat tersebut tentunya memiliki nilai yang penting bagi sejarah, bagi ilmu pengetahuan, bagi pendidikan, bagi agama atau kebudayaan yang melalui proses penetapan. Benda - benda yang mencakup pada cagar budaya yang dimaksud pada pasal 2 UU No.10 Tahun 2010 tentang cagar budaya adalah suatu benda alam (tercipta secara alami, tanpa campur tangan oleh manusia) atau benda buatan (tercipta karena telah dibuat oleh manusia) baik benda yang bergerak maupun benda yang tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian bagiannya, atau sisa-sisanya yang memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia. Suatu objek wisata dapat disebut sebagai cagar budaya disebabkan oleh beberapa kriteria, sesuai dengan yang disebutkan di dalam Undang Undang RI No. 11 Tahun 2010 tentang cagar budaya yang tercantum pada Bab 3 di Pasal 5 dan 6 yang berisi bahwa benda, bangunan, atau struktur dapat diusulkan sebagai Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya atau Struktur Cagar Budaya dengan beberapa persyaratan khusus, persyaratan khusus tersebut memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Suatu objek wisata yang didalamnya memiliki struktur atau benda cagar budaya harus memiliki usia sekitar 50 tahun atau lebih.
- b. Mewakili Masa Gaya paling singkat 50 tahun lebih. Masa Gaya merupakan suatu ciri yang mewakili pada masa gaya tertentu yang mana masa gaya ini telah berlangsung sekurang - kurangnya 50 tahun, diantaranya seperti tulisan-tulisan, batuan-batuan, karangan, bahasa yang dipakai, dan bangunan-bangunan.

- c. Memiliki arti yang sangat khusus bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, keagamaan, dan kebudayaan.
- d. Memiliki nilai budaya yang kuat sesuai dengan kepribadian bangsa Indonesia.

b) Pengembangan Cagar Budaya

Melalui beberapa upaya untuk melestarikan cagar budaya, ada beberapa upaya – upaya pengembangan yang dapat didefinisikan sebagai peningkatan potensi berdasarkan nilai, informasi, dan promosi cagar budaya, dan juga dalam hal pemanfaatannya melalui penelitian, revitalisasi, dan juga adaptasi. Dalam kegiatan pengembangan cagar budaya, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu diantaranya melalui prinsip kemanfaatan, keterawatan, keaslian, keamanan, dan segala nilai-nilai yang melekat dan terkandung didalamnya. Sumardi dalam (Syamyanti, 2018) mengemukakan bahwasanya pengembangan sebuah cagar budaya sebagai suatu tempat atau tujuan objek wisata tidak hanya berfokus pada suatu kepentingan ekonomi, namun melalui konsep kepariwisataan budaya nantinya diharapkan adanya kesesuaian, dan keseimbangan antara lembaga penyelenggara pariwisata dan lembaga kebudayaan.

Kementerian Pariwisata telah menetapkan *Wonderful Indonesia Calendar of Event 2018* sebagai program penting dalam memperkuat unsur 3A (Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas) terutama unsur atraksi wisata berupa festival budaya (*culture*), alam (*nature*) dan buatan manusia (*man-made*). Kontribusi dalam hal *culture* sebesar 60 %, kontribusi dalam hal *nature* sebesar 35 % dan kontribusi dalam hal *man-made* sebesar 5 %. Artinya dalam hal ini industri pariwisata budaya (*cultural industry*) sangat memegang peranan penting di Indonesia saat ini karena terdapat nilai budaya dan nilai ekonominya yang signifikan. Dengan demikian, kondisi ini tentu merupakan prospek bagi Pemerintah Indonesia untuk terus berupaya meningkatkan

pendapatan devisa negara dalam sektor pariwisata dengan dukungan dan kerja sama dari *stakeholder* di sektor pariwisata baik di tingkat pusat maupun di tingkat daerah, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat. Selain itu, pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia saat ini sudah mengalami kemajuan yang signifikan. Salah satu upaya untuk memajukan sektor pariwisata di Indonesia dengan melalui diplomasi kebudayaan.

Diplomasi kebudayaan merupakan salah satu alat untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara. Indonesia adalah salah satu negara yang mempunyai andalan dalam sektor pariwisata khususnya pariwisata budaya. Hal ini karena Indonesia memiliki keberagaman suku, ras, budaya, agama, dan kepercayaan. Keberagaman budaya (*cultural diversity*) adalah sesuatu yang tidak bisa dipungkiri lagi eksistensinya di Indonesia. Indonesia juga bisa mempersatukan berbagai macam keberagaman tersebut sesuai dengan semboyan Bhinneka Tunggal Ika yang artinya berbeda-beda tetapi tetap satu jua. Dengan adanya keberagaman budaya yang dimiliki oleh Indonesia tentu saja merupakan momentum yang baik bagi Indonesia untuk mengupayakan secara maksimal bagi peningkatan pariwisata budaya Indonesia melalui diplomasi kebudayaan.

5. Destinasi wisata budaya Karangkamulyan

Destinasi wisata budaya Karangkamulyan merupakan salah satu cagar budaya di Kabupaten Ciamis karena keberadaannya telah ada sejak sekitar tahun 1700, yang merupakan situs dari masa kerajaan Hindu-Buddha. Destinasi wisata budaya Karangkamulyan dapat disebut dengan cagar budaya karena telah berdiri sejak masa lampau, hal ini dibuktikan dengan adanya peninggalan-peninggalan pada masa Kerajaan Galuh yang bisa dijadikan ilmu pengetahuan bagi masyarakat sekitar dan para pengunjung yang berdatangan ke Destinasi wisata budaya Karangkamulyan.

Kawasan Ciung Wanara yang memiliki luas sekitar kurang lebih 25 Ha ini telah menyimpan berbagai benda sebagian besar berbentuk batu atau yang biasa disebut dengan prasasti. Benda-benda yang berbentuk batu (prasasti) ini diyakini masyarakat setempat mengandung sejarah tentang Kerajaan Galuh. Beberapa batu yang ada di dalam struktur bangunan ini memiliki ciri khas nama dan berasal dari sebuah kisah, sama halnya dengan lokasi lain yang terdapat di dalamnya yang tidak termasuk dari benda-benda yang berstruktur batu. Nama dari benda-benda tersebut merupakan nama yang diberikan oleh masyarakat sekitar yang erat hubungannya dengan kisah Kerajaan Galuh, yang akhirnya dapat dikatakan bahwa benda-benda tersebut adalah benda atau struktur cagar budaya. Dengan begitu, Destinasi wisata budaya Karangkamulyan ini menjadi daya tarik tersendiri mengingat didalamnya terdapat beberapa peninggalan sejarah, dan dapat dikembangkan untuk dapat diketahui oleh beberapa wisatawan.

Suatu tempat atau objek wisata dapat dikatakan sebagai cagar budaya karena memiliki berbagai kriteria, sesuai yang tertuang dalam Undang - Undang RI No. 11 Tahun 2010 tentang cagar budaya pada Bab 3 Pasal 5 dan 6 bahwa benda, bangunan, atau struktur dapat diusulkan sebagai Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya atau Struktur Cagar Budaya harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- 1) Berusia 50 (Lima Puluh) Tahun atau lebih.
- 2) Mewakili masa gaya paling singkat 50 Tahun Lebih.
- 3) Memiliki arti khusus bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, atau kebudayaan.
- 4) Memiliki nilai budaya bagi penguatan kepribadian bangsa.

Benda cagar budaya dapat berupa benda alam atau benda buatan manusia yang dimanfaatkan oleh manusia, serta sisa – sisa biota yang bisa dihubungkan dengan kegiatan manusia atau dapat dihubungkan dengan sejarah

manusia. Bangunan cagar budaya bisa berunsur tunggal atau banyak dan berdiri bebas atau menyatu dengan alam. Jika dilihat dari hal tersebut Ciung Wanara sudah bisa dikatakan sebagai Cagar Budaya karena sudah memiliki kriteria yang telah disebutkan diatas. Dengan adanya peninggalan – peninggalan yang masih ada sampai sekarang dan masih terjaga dengan baik. Hal inilah yang membutuhkan bahwa Ciung Wanara bisa dijadikan sebuah Cagar Budaya yang dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan kepada masyarakat mengenai Kerajaan Galuh.

Peraturan Daerah Ciamis No. 19 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata dalam pasal 6 ayat 2C menjelaskan bahwa setiap atraksi pariwisata yang dijelaskan pada ayat 1 harus dikembangkan melalui peningkatan keselamatan, keamanan, dan kenyamanan wisatawan, pengelola dan masyarakat. Jika dilihat dari hal tersebut faktor keamanan dan kenyamanan yang ada di kawasan Destinasi wisata budaya Karangkamulyan menjadi faktor yang sangat penting dan perlu diperhatikan, mengingat dengan banyaknya kera – kera yang bergelantungan di area parkir serta telah merambah ke pemukiman warga sekitar. Dengan kurangnya perawatan dan pengelolaan yang baik, maka hal ini akan berdampak pada pendapatan yang akan diterima oleh Kabupaten Ciamis pada sektor pariwisata. Pemerintah Kabupaten Ciamis akan mendapatkan pendapatan dari sektor wisata yang sangat minim meskipun masih banyak potensi wisata yang lain. Apabila dalam pengelolaannya sudah ada perbaikan yang signifikan maka masyarakat ataupun pengunjung tidak lagi khawatir dan merasa was – was akan keamanan dan kenyamanan yang ada di Destinasi wisata budaya Karangkamulyan.

F. Penelitian Relevan

Tabel 2. Penelitian Relevan

No.	Nama & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<p>Helmi Adam Ansyahdi. (2021). Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosiall Universitas Negeri Jakarta (Skripsi)</p> <p><i>“Pengembangan Obyek Wisata Curug Leuwihejo di Desa Karang Tengah, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor”</i></p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Atraksi di Curug Leuwihejo diantaranya adalah tempat swafoto yang menarik bagi para wisatawan. Aksesibilitas di Curug Leuwihejo masih terbilang sedang karena beberapa ruas jalan masih ada yang berlubang, namun didalam objek wisata sudah cukup baik karena telah dilakukan pengecoran jalan. Amenitas di Curug Leuwihejo seperti toilet, dan ruang ganti sudah cukup baik, namun lahan parkir dan penginapannya masih belum cukup baik. Promosi di Curug Leuwihejo masih minim dan kualitas sumberdaya manusia sudah cukup baik namun perlu ada peningkatan untuk kedepannya.</p>
2.	<p>Ian Asriandy (2016) IlmuAdministrasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Hasanuddin Makasar (Skripsi)</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Dengan usaha-usaha pengembangan yang telah dilakukan maka sesuai dengan harapan akan terjadi kenaikan jumlah wisatawan yang akan berdampak pada penjualan tiket (retribusi)</p>

No.	Nama & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<p><i>“Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng”</i></p>		<p>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.</p>
3.	<p>Vina Wahyuni. (2016). Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) PGRI Sumatera Barat Padang. (Skripsi)</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Strategi pengembangan Objek Wisata Pantai Air Manis yaitu antara lain dengan meningkatkan promosi objek wisata Pantai Air Manis, merawat hal-hal yang menjadi nilai jual Pantai Air Manis, memperbaiki dan melengkapi sarana dan prasarana di objek wisata Pantai Air Manis,</p>

No.	Nama & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Objek Wisata Pantai Air Manis di Kelurahan Air Manis Kecamatan Padang Selatan Kota Padang</i>		memberikan penyuluhan dalam bentuk pengetahuan kepada masyarakat mengenai pariwisata agar seluruh komponen dapat bekerja sama dalam upaya pengembangan objek wisata Pantai Air Manis.
4.	Yati Heryati. (2019). STIE Muhammadiyah Mamuju. (GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan Volume 1, No. 1, 56-74, 2019) <i>“Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu di Kabupaten Mamuju”</i>	Deskriptif Kualitatif	Pengembangan obyek wisata yang dilakukan pemerintah Kabupaten Mamuju masih dalam proses pembangunan infrastruktur dan masih melakukan kegiatan-kegiatan promosi hal ini guna menarik para pengunjung wisata dari hitungan bulan maupun setiap tahunnya. Potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mamuju yang cukup banyak, ini dapat dilihat dari keadaan geografisnya yang dimana dikelilingi oleh banyaknya obyek wisata di daerah tersebut dan di dukung pula keragaman wisatanya, misalnya: wisata religi, dan wisata pantai.

(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2023)

Penelitian relevan yang pertama yaitu berjudul Pengembangan Obyek Wisata Curug Leuwihejo di Desa Karang Tengah, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor oleh Helmi Adam Ansyahdi (2021). Penelitian ini

menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif ini bertujuan untuk menggali informasi secara lebih luas dan mendalam yang diungkapkan informan mengenai tindakan sebagai suatu upaya dalam pengembangan Obyek Wisata Curug Leuwihejo. Hasil penelitian ini adalah Potensi wisata yang dapat dikembangkan di objek wisata Curug Leuwihejo diantaranya adalah tempat swafoto perlu ditinjau kembali, pengadaan area camping ground, area outbond, dan jalur motor trail juga dapat dikembangkan guna menjadi nilai tambahan secara ekonomis bagi obyek wisata. Atraksi di Curug Leuwihejo diantaranya adalah tempat swafoto yang menarik bagi para wisatawan. Aksesibilitas di Curug Leuwihejo masih terbilang sedang karena beberapa ruas jalan masih ada yang berlubang, namun didalam objek wisata sudah cukup baik karena telah dilakukan pengecoran jalan. Amenitas di Curug Leuwihejo seperti toilet, dan ruang ganti sudah cukup baik, namun lahan parkir dan penginapannya masih belum cukup baik. Promosi di Curug Leuwihejo masih minim dan kualitas sumberdaya manusia sudah cukup baik namun perlu ada peningkatan untuk kedepannya.

Penelitian relevan yang kedua yaitu berjudul Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng oleh Ian Asriandy (2016). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah dengan usaha-usaha pengembangan yang telah dilakukan 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

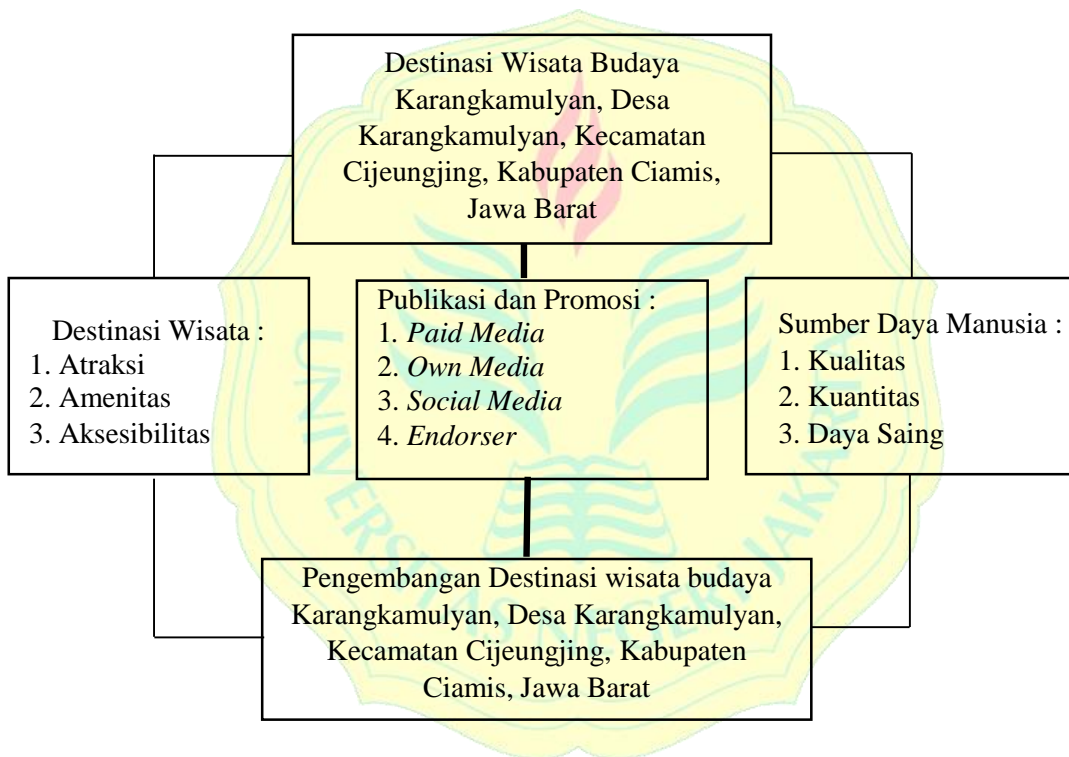
cinderamata yang ditawarkan akan langsung berdampak pada kenaikan pendapatan asli daerah secara signifikan.

Penelitian relevan yang ketiga yaitu berjudul Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Air Manis di Kelurahan Air Manis Kecamatan Padang Selatan Kota Padang oleh Vina Wahyuni (2016). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah Kondisi sapta pesona pantai Air Manis secara kasat mata sudah baik, hal ini dapat dilihat dari tampilan alam yang sangat indah, namun ada beberapa masalah yang timbul dan dikhawatirkan dapat mengurangi nilai jual Destinasi wisata budaya iniantara lain yaitu kurang terawatnya batu Malin Kundang yang menjadi icon utama dari Pantai Air Manis itu sendiri, belum tersedianya beberapa sarana dan prasarana yang cukup untuk mendukung perkembangan objek wisata ini, masalah sampah yang masih belum terselesaikan di beberapa titik lokasi Pantai Air Manis, pantai yang terlihat becek dikarenakan kendaraan yang bebas berlalu lalang disepanjang pantai. Strategi pengembangan Objek Wisata Pantai Air Manis yaitu antara lain dengan meningkatkan promosi objek wisata Pantai Air Manis, merawat hal-hal yang menjadi nilai jual Pantai Air Manis, memperbaiki dan melengkapi sarana dan prasarana di objek wisata Pantai Air Manis, memberikan penyuluhan dalam bentuk pengetahuan kepada masyarakat mengenai pariwisata agar seluruh komponen dapat bekerja sama dalam upaya pengembangan objek wisata Pantai Air Manis.

Penelitian relevan yang keempat berjudul Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu di Kabupaten Mamuju oleh Yati Heryati (2019). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah Pengembangan obyek wisata yang dilakukan pemerintah Kabupaten Mamuju masih dalam proses pembangunan infrastruktur dan masih melakukan kegiatan-kegiatan promosi hal ini guna menarik para pengunjung wisata dari hitungan bulan maupun setiap tahunnya.

G. Kerangka Berpikir

Menurut (Ahman Sya & Zulkifli Harahap, 2019) Pengembangan pariwisata merupakan segala upaya dan kegiatan yang diarahkan untuk menata objek-objek wisata (baik wisata alam, wisata budaya, maupun wisata buatan), menyediakan sarana dan prasarana penunjang pariwisata, dan mempromosikan obyek-obyek pariwisata (baik wisata alam, wisata budaya, maupun wisata buatan), maka peneliti merumuskan kerangka berpikirnya sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber : Ahman Sya & Zulkifli, 2019

Berdasarkan Gambar 1. Kerangka pemikiran diatas menjelaskan tentang alur berpikir yang nantinya akan digunakan untuk melaksanakan penelitian ini. Untuk melakukan pengembangan pariwisata diperlukan langkah-langkah yang tepat agar dapat memaksimalkan komponen -

komponen yang berpengaruh dalam pengembangan pariwisata seperti Destinasi Wisata (Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas), Publisitas dan Promosi yang didalamnya mencakup POSE (*Paid media, Own media, Social media, Endorser*), dan mencakup keadaan Sumber Daya Manusia yang terdapat di destinasi wisata budaya Karangkamulyan. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui dan menganalisis pengembangan yang telah dilakukan di destinasi wisata budaya Karangkamulyan. Hasil penelitian ini berupa perumusan sejumlah alternatif langkah - langkah pengembangan yang meliputi aspek destinasi wisata, publikasi & promosi, sumberdaya manusia, potensi wisata, keamanan wisata, dan manfaat wisata untuk mencapai tujuan.

