

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kabupaten Bogor mempunyai potensi wisata yang beraneka ragam dan menjadikan magnet tersendiri bagi wisatawan untuk mengunjunginya. Oleh karena itu, modal potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Bogor harus dikelola dan dimanfaatkan secara optimal melalui penyelenggaraan program pemanfaatan pariwisata yang diharapkan dapat menjadi pemicu pertumbuhan wilayah serta menyebarnya tempat-tempat pariwisata yang dapat dikunjungi para wisatawan. Dengan demikian, diharapkan destinasi pariwisata yang menjadi tujuan wisatawan akan menyebar. Hal tersebut menggambarkan bahwa masih belum efektifnya kebijakan pemanfaatan pariwisata di Kabupaten Bogor yang diindikasikan belum meratanya sebaran objek wisata.

Menurut Saputri, N. E., & Rochman, G. P. (2021) Salah satu pemanfaatan potensi bekas tambang yaitu melalui pemanfaatan destinasi wisata yang memanfaatkan bekas galian yang sebelumnya terbengkalai menjadi destinasi wisata yang unik dan lebih memiliki nilai potensial.

Tolak ukur keberhasilan dari industri pertambangan adalah bila aspek perekonomian dan sosial budaya berkembang dengan baik atau disebut dampak non teknis serta dapat dikendalikannya penurunan kualitas alam dengan penataan lingkungan yang baik atau dapat disebut dampak teknis di wilayah sekitar industri pertambangan. Bahkan keberhasilan tersebut dicirikan dengan tetap berjalannya kegiatan perekonomian atau lebih meningkat serta membaiknya kesejahteraan masyarakat di wilayah industri pertambangan pada saat sumberdaya mineral sudah habis, sehingga akan tercipta pembangunan berkelanjutan di mana wilayah tersebut akan tetap tumbuh dan berkembang (Hotimah, 2015).

Menurut Direktorat Jendral Rehabilitasi Hutan dan Lahan Departemen Kehutanan (1997) dalam Pradana (2011), pertambangan adalah kegiatan dengan penggunaan lahan yang bersifat sementara, oleh karena itu lahan pasca tambang dapat dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan produktif lain. Untuk memanfaatkan lahan pasca tambang maka harus ada upaya untuk memulihkan kembali lahan yang telah rusak akibat dari kegiatan pertambangan. Upaya perbaikan lahan bekas tambang dilakukan melalui program

reklamasi dan revegetasi lahan bekas tambang. Reklamasi sebagai usaha untuk memperbaiki atau memulihkan kembali lahan yang rusak sebagai akibat kegiatan usaha pertambangan, agar dapat berfungsi secara optimal sesuai dengan kemampuannya, sedangkan revegetasi adalah usaha atau kegiatan penanaman kembali lahan bekas tambang.

Dalam Undang-Undang Tentang Kepariwisata No. 9 Tahun 1990 mengatakan bahwa penyelenggaraan pariwisata bertujuan untuk (a) Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata, (b) Memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa, (c) Memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, (d) Meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, serta (e) Mendorong pendayagunaan produksi nasional.

Sektor pariwisata sebagai suatu kegiatan ekonomi memiliki mata rantai yang sangat panjang, banyak menampung kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar, sehingga dapat meningkatkan pendapatan, dan kesejahteraan masyarakat dari hasil penjualan barang maupun jasa. Pariwisata memberi dampak sangat besar bagi masyarakat, terutama masyarakat yang berada di kawasan atau lokasi yang menjadi tujuan wisata. Kesempatan kerja bagi masyarakat akan memberikan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Todaro dan Stephen, 2006).

Pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Pariwisata bagaimanapun juga memiliki andil dan memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil di perdesaan dimana proyek pariwisata dikembangkan (Yoeti, 2008).

Daya tarik wisata alam khas geologi tersebut, memiliki latar belakang sejarah yang fantastis, sedang bentukan alam yang amat banyak manfaatnya bagi kesejahteraan hidup manusia (Ahman Sya dan Hamsu Hanafi, 2018)

Kondisi lahan bekas tambang yang terlantar dapat mengurangi pendapatan pemerintah daerah, sehingga akan berdampak pula terhadap menurunnya kemampuan kota dalam memberikan pelayanan lingkungan. Selain itu adanya lahan terlantar dapat menimbulkan konflik horizontal karena dapat dimungkinkan ada pihak yang mencoba melakukan penyerobotan terhadap lahan terlantar tersebut (Ningrum dan Ardy, 2015).

Verbeke (2007) mengatakan sumberdaya pertambangan selain dieksploitasi bahan tambangnya juga memiliki potensi pariwisata. Selain itu lanskap pertambangan merupakan hal yang menarik, lanskap pertambangan adalah penghubung yang sangat baik dari hubungan masa lalu dan masa sekarang dan wilayah pertambangan yang menjaga jejak warisannya baik buatan dan alami juga dapat menceritakan kisah tentang memori industri.

Newsome dan Dowling (2010) menyebutkan lokasi tambang tua, seperti bekas tambang timah, tambang emas, tambang batubara, dan lain-lain dapat memberikan pilihan pariwisata yang berkaitan dengan isu seputar pentingnya geologi dalam kehidupan manusia dan juga untuk aspek kerusakan lingkungan. Di seluruh dunia, pertambangan telah menjadi dasar bagi pengembangan masyarakat industri. Sekarang ada yang baru dalam dunia pertambangan yaitu konversi pertambangan dengan aspek peninggalan tambang dan aspek pariwisata. Aspek baru yang terkait dengan industri pariwisata warisan telah dikembangkan termasuk penciptaan atraksi pengunjung yang berkaitan dengan pertambangan (Conlin dan Jolliffe, 2010).

Indikator untuk mengukur Indeks Pariwisata Indonesia tersebut dikelompokkan menjadi 4 aspek pengukuran utama salah satunya yaitu aspek potensi wisata yang meliputi jumlah potensi wisata alam dan buatan. Berdasarkan aspeknya, Kabupaten Bogor menduduki peringkat ketiga dari seluruh kabupaten kota yang ada di Indonesia dalam aspek potensi wisata. Kabupaten Bogor merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia karena memiliki banyak potensi wisata, seperti wisata alam, wisata budaya, dan lain-lain. Kabupaten Bogor terkenal sebagai kawasan wisata di dataran tinggi yang memiliki banyak wisata air terjun atau curug, serta pesona pemandangan alam yang khas. Kabupaten Bogor memiliki 40 kecamatan yang dibagi menjadi tiga zona wisata berdasarkan wilayah pembangunan dalam Badan Pusat Statistik berupa batas administrasi yaitu Bogor Barat, Bogor Tengah, dan Bogor Timur yang berturut-turut terdiri dari 13 kecamatan, 20 kecamatan, dan 7 kecamatan.

Kabupaten Bogor merupakan daerah tujuan wisata yang terdiri dari Bogor Barat, Bogor Tengah dan Bogor Timur. Objek wisata di Kabupaten Bogor berdasarkan wujudnya terdiri dari alam, budaya, dan buatan manusia. Seluruh objek wisata tersebut dikelompokkan

berdasarkan dibukanya objek wisata dalam rentang tahun 1990-2016 yang dibagi menjadi tiga periode, yaitu periode I (1990- 1999), periode II (2000-2009), dan periode III (2010-2016). Sehingga mengetahui perkembangan objek wisata berupa pola penambahan objek wisata di Kabupaten Bogor perdasawarsa kemudian dikaitkan dengan zona wisatanya. Faktor fisik meliputi ketinggian wilayah dan kemiringan lereng. Sedangkan faktor aksesibilitas meliputi jenis moda transportasi, jenis jaringan jalan, dan jarak objek wisata dari pusat kota

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 Bogor, Jawa Barat. Kabupaten Bogor merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Barat yang memiliki berbagai macam objek wisata, salah satunya adalah Wisata Gunung kapur Klapanunggal yang berada tidak jauh dari pusat Kabupaten Bogor. Wisata Gunung Kapur Klapanunggal merupakan objek wisata yang terletak di Desa Klapanunggal, Kecamatan Klapanunggal, Kabupaten Bogor. Saat ini Wisata Gunung Kapur Klapanunggal dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bogor dan Perhutani KPH Bogor, sementara untuk kepemilikan kawasan tersebut yaitu Pemerintah Desa Klapanunggal. Wisata gunung kapur ini berada di wilayah yang strategis karena lokasinya terletak di jalur timur Bogor yang mana jalur ini merupakan jalur tujuan dari Jakarta Timur menuju Kab. Bogor.

Wisata Gunung Kapur Klapanunggal memiliki bentang alam yang menarik dan indah, gugusan pegunungan kapur, goa lalay, sumber mata air dan tempat camping bagi keluarga. Dari setiap atraksi yang ada, inilah daya tarik utama bagi setiap wisatawan yang datang. Selain itu, di Wisata Gunung Kapur Klapanunggal juga terdapat contoh pembelajaran proses konservasi lahan yang dilakukan untuk menjaga alam dari kerusakan yang disebabkan proses penambangan kapur. Keberadaan semua situs di wisata Gunung Kapur Klapanunggal ini di rawat dan di kelola oleh pihak Pemerintah Desa Klapanunggal, Dinas Pariwisata Kabupaten Bogor dan Perhutani KPH Bogor.

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Bogor No.2 tahun 2022 mengenai Rencana Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup 2022-2052 yang berisi arahan rencana pemanfaatan dan/atau pencadangan sumber daya alam yang mencakup Strategi Implementasi Perlindungan dan Kebijakan Pemanfaatan dan Pencadangan Sumber Daya Alam dengan wilayah Klapanunggal masuk kedalam Prioritas RPPLH Kabupaten Bogor

yang diberikan konsesi kepada PT. Holcim Indonesia Tbk (IUP ke II) (PT. Solusi Bangun Indonesia / Semen Indonesia) dengan nomor SK 541.2/018/Kpts/ESDM/2012 untuk upaya Optimalisasi pemanfaatan potensi pertambangan yang berkelanjutan dengan mengalihfungsikan kawasan yang terdapat didalamnya destinasi Gunung Kapur Klapanunggal menjadi sebuah kawasan destinasi wisata bekas tambang.

**Tabel 1.** Arahan Rencana Pemanfaatan dan/atau Pencadangan SDA  
Gunung Kapur Klapanunggal

No	Strategi Implementasi	Kegiatan Yang Dilakukan	Perangkat Yang Bertanggung Jawab
1.	Mempertahankan fungsi hutan sebagai wilayah pengatur air, sumber karbon, keanekaragaman hayati, dan iklim dengan luasan yang cukup dan proporsional	Mengelola hutan secara terintegrasi dan berkelanjutan melalui pengelolaan berbasis tapak dan pemberdayaan komunitas lokal	Perhutani KPH Bogor
2.	Optimalisasi pemanfaatan potensi pertambangan yang berkelanjutan	Lokasi yang telah ditetapkan perizinan pertambangan dan lokasi rencana dengan pertimbangan kesesuaian kondisi daya dukung dan daya tampung	PT. Holcim Indonesia Tbk (IUP ke II) (PT. Solusi Bangun Indonesia/ Semen Indonesia)
3.	Pengembangan pariwisata alam memperhatikan daya dukung dan daya tampung rekreasi dan ekoturisme	Memanfaatkan sumberdaya alam untuk kegiatan pariwisata tanpa merubah fungsi bentang lahan	Perhutani KPH Bogor dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor

(Sumber : Perda No.2 Tahun 2022 Kabupaten Bogor)

**Tabel 2.** Data Wisatawan Wisata Gunung Kapur Klapanunggal

No.	Tahun	Jumlah Wisatawan
1.	2019	540
2.	2020	-
3.	2021	-
4.	2022	7.340
5.	2023	29.248

(Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor)

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa Arahan rencana pemanfaatan dan/atau pencadangan sumberdaya alam disusun sesuai dengan kondisi dan karakteristik sumberdaya alam yang ada di Kabupaten Bogor. Kebijakan yang lebih spesifik diperlukan mengingat adanya perbedaan yang mendasar pada karakteristik beberapa bagian wilayah dan berbagai tantangan pengelolaan lingkungan hidup yang sedang dan berpotensi akan muncul di masa yang akan datang. Arahan kebijakan rencana pemanfaatan dan/atau pencadangan sumberdaya alam harus menjadi bagian yang terintegrasi dalam penyusunan rencana Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup Daerah, maupun kebijakan-kebijakan pembangunan sektoral daerah. Langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam Pemanfaatan Pariwisata Gunung Kapur Klapanunggal antara lain :

1. Memahami Potensi Daya Tarik dan Potensi Wisata Gunung Kapur Klapanunggal
2. Menentukan Target Wisatawan yang ingin didatangkan
3. Membuat Rencana Strategis untuk Pengembangan Pariwisata mulai dari jangka pendek, jangka menengah hingga jangka panjang
4. Meningkatkan Kualitas Layanan Pariwisata
5. Memperkuat Branding destinasi Pariwisata
6. Mengembangkan Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas yang lebih baik dan ramah bagi wisatawan
7. Membangun Kemitraan dengan pihak-pihak terkait agar wisata lebih berkembang
8. Mengimplementasikan Kelembagaan Pariwisata yang efektif dan efisien

Pemanfaatan rencana strategis untuk destinasi pariwisata sangat penting untuk memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan industri pariwisata. Dengan mengidentifikasi potensi destinasi, menentukan target pasar, meningkatkan kualitas layanan, memperkuat branding, melestarikan lingkungan, mengembangkan produk pariwisata yang beragam, meningkatkan aksesibilitas dan infrastruktur, membangun kemitraan dengan pemangku kepentingan lokal, dan mengimplementasikan sistem manajemen yang efektif dan efisien, destinasi pariwisata dapat mencapai kesuksesan jangka panjang. Penting bagi semua pihak terkait untuk mengambil tindakan dan mengimplementasikan strategi yang telah ditetapkan.

Terdapat parameter perumusan kriteria wisata bekas tambang yaitu;

(i) memiliki keterkaitan dengan sejarah geologis kapur, (ii) memiliki keterkaitan dengan sejarah penambangan kapur, (iii) mengandung nilai-nilai pembelajaran tentang kapur dan proses penambangannya, (iv) mampu memperkuat identitas Kabupaten Bogor sebagai sumber kapur di Indonesia, (v) berpotensi melindungi kawasan dan sekitarnya dari kerusakan lingkungan yang semakin parah akibat penambangan yang dilakukan, (vi) terletak pada lokasi yang mudah diakses secara fisik maupun non fisik, (vii) sudah mulai dimanfaatkan bagi pemanfaatan kepariwisataan daerah maupun sektor lainnya, (viii) berpotensi untuk mendukung tema pemanfaatan pariwisata di kawasan pariwisata unggulan di Provinsi Jawa Barat, (ix) tidak menimbulkan konflik antar sektor, dan, (x) Berpotensi memberikan *multiplier effect* yang besar kepada masyarakat sekitar kawasan khususnya, dan masyarakat Kabupaten Bogor.

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa kunjungan wisatawan ke Wisata Gunung Kapur Klapanunggal dari tahun ke tahun mengalami penurunan dan kenaikan jumlah pengunjung. Pada tahun 2020 dan tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan menurun drastis bahkan tidak ada yang berkunjung akibat adanya Pandemi Covid 19. Menurunnya jumlah wisatawan tersebut disebabkan adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Masyarakat mengetahui Wisata Gunung Kapur Klapanunggal ini sebagai Wisata yang monoton, sehingga banyak masyarakat yang berkunjung bersifat *accidental* atau secara kebetulan. Tujuan masyarakat berkunjung ke Wisata ini pun lebih banyak menghabiskan waktunya di kawasan kolam renang, karena sebagian besar pengunjung yang datang hanya untuk sekedar memanjakan anak-anak yang ingin merasakan sensasi renang, karena Wisata Gunung Kapur Klapanunggal ini letaknya di pinggir perlintasan jalan antar kabupaten yang menghubungkan Kecamatan Klapanunggal dengan kecamatan lain di Kabupaten Bogor.

Faktor selanjutnya adalah faktor pemasaran atau promosi, pengelola Wisata Gunung Kapur Klapanunggal masih belum maksimal dalam melakukan promosi tentang potensi atraksi wisata Gunung Kapur Klapanunggal baik di daerah Kabupaten Bogor maupun luar daerah Kabupaten Bogor, sehingga banyak masyarakat yang masih kurang mengetahui adanya wisata alam berupa gugusan Gunung kapur dan atraksi lain yang ada di Wisata Gunung Kapur Klapanunggal. Adanya potensi besar yang dimiliki oleh Wisata Gunung Kapur Klapanunggal maka diperlukan adanya perencanaan pemanfaatan yang tepat.

Namun masih kurangnya pemanfaatan daya tarik serta pengelolaannya sehingga menjadi faktor utama permasalahan dalam pengembangan pariwisata.

Dalam pemanfaatan dunia pariwisata Indonesia, sebagaimana didukung dan tercantum pada Undang – Undang No 10 Tahun 2009 yang berisi tentang Kepariwisataaan 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 terbilang banyak masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan, dapat meningkatkan rasa simpati dan empati terhadap lingkungan serta melestarikan alam dan ciri khas budaya disuatu tempat.

Pemanfaatan 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 10 Tahun 2009 yang tercantum pada Pasal 3 Tentang Kepariwisataaan menyebutkan bahwa Kepariwisataaan 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 pemanfaatan pariwisata di beberapa daerah tujuan objek wisata akan selalu diperhitungkan dengan adanya beberapa keuntungan dan beberapa manfaat bagi masyarakat, salah satunya masyarakat di Kabupaten Bogor. Inskeep (1991) mengemukakan bahwa ada komponen - komponen untuk pemanfaatan 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. Sedangkan Leiper dalam Pitana (2009), menyebutkan pengelolaan atau manajemen mencakup pada beberapa peranan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang atau kepada fungsi-fungsi yang melekat pada peran – peran tersebut. Fungsi - fungsi tersebut diantaranya meliputi *planning* (perencanaan), *directing*

(pengarahan), *organizing* (pengorganisasian) dan *controlling* (pengawasan). Inskeep (1991) menjelaskan bahwa daya tarik dapat dibagi menjadi 3 kategori, diantaranya :

1. *Natural attraction*. Natural attraction atau yang disebut dengan daya tarik alam maksudnya berdasarkan pada bentukan - bentukan lingkungan alami. Beberapa contoh dari natural attraction atau daya tarik alam meliputi iklim, pemandangan, flora dan fauna, serta didalamnya terdapat keunikan alam lainnya.
2. *Cultural attraction*. Cultural attraction atau yang disebut dengan daya tarik budaya maksudnya berdasarkan pada segala aktivitas manusia. Beberapa contoh dari cultural attraction atau daya tarik budaya meliputi sejarah, arkeologi, religi dan segala kehidupan yang bersifat tradisional.
3. *Special types of attraction*. Special types of attraction yaitu sebuah aksi yang tidak ada hubungannya dengan kedua kategori sebelumnya, tetapi ini merupakan atraksi buatan seperti misalnya mall, taman, dan lain-lain.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan diatas, penelitian dilakukan dengan tujuan mengetahui strategi pemanfaatan kawasan gunung kapur sebagai destinasi wisata bekas tambang di Desa Klapanunggal Kecamatan Klapanunggal Kabupaten Bogor Jawa Barat mencakup Destinasi Wisata yaitu Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas, Publisitas dan Promosi objek wisata, dan mencakup Sumber Daya Manusia. Penelitian ini juga nantinya diharapkan dapat memberikan alternatif strategi pemanfaatan kawasan gunung kapur sebagai destinasi wisata bekas tambang di Desa Klapanunggal Kecamatan Klapanunggal Kabupaten Bogor Jawa Barat.

## **B. Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana strategi pemanfaatan kawasan gunung kapur sebagai destinasi wisata bekas tambang di Desa Klapanunggal Kecamatan Klapanunggal Kabupaten Bogor 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 strategi pemanfaatan kawasan gunung kapur sebagai destinasi wisata bekas tambang di Desa Klapanunggal Kecamatan Klapanunggal Kabupaten Bogor Jawa Barat.

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi destinasi wisata bekas tambang Gunung Kapur Klapanunggal dan pemanfaatannya yang telah dilakukan, berdasarkan latar belakang, masalah, dan kebutuhan penelitian. Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Bagi Peneliti : Penelitian ini akan membantu peneliti memperoleh pengalaman dan wawasan tentang pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya tentang penelitian pemanfaatan pariwisata.
2. Manfaat Bagi Masyarakat : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan untuk pemanfaatan Destinasi Wisata Gunung Kapur Klapanunggal dan dapat digunakan sebagai dasar untuk pemanfaatan destinasi wisata Gunung Kapur Klapanunggal.
3. Manfaat Bagi Pemerintah Setempat : Bagi pemerintah terutama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor serta Perhutani KPH Bogor untuk lebih memperhatikan Destinasi Wisata Gunung Kapur Klapanunggal ini supaya keberadaannya masih tetap terawat dan terjaga secara optimal.

## **E. Kerangka Konseptual**

### **1. Pariwisata**

#### **a) Pengertian Pariwisata**

Pariwisata pada awalnya merupakan kata yang tercipta dari bahasa sansekertayang 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 tercantumkan 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. Pemanfaatan Pariwisata

Pemanfaatan 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 kebermanfaatan 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.

Dalam melaksanakan fungsi serta perannya untuk melakukan pemanfaatan pariwisata di suatu daerah, pemerintah daerah juga harus melakukan beberapa upaya untuk mengembangkan sarana dan prasarana pariwisata. Sarana pariwisata dapat dibagi menjadi 3 bagian, diantaranya :

- a) Sarana Pokok Pariwisata (*Main Tourism Superstructures*) antara lain didalamnya seperti Hotel, Villa, Restoran.
- b) Sarana Pelengkap Pariwisata (*Supplementing Tourism Superstructures*) antara lain didalamnya seperti wisata budaya dan wisata alam.
- c) Sarana Penunjang Pariwisata (*Supporting Tourism Superstructures*) antara lain didalamnya seperti pasar seni, kuliner, oleh-oleh dan cinderamata kerajinan khas daerah.

Menurut Butler dalam Pitana (2005:103) ada 3 fase pemanfaatan 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.

a) **Komponen Pemanfaatan 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 penggerak disektor pariwisata dan membutuhkan kerjasama antara masyarakat dan pemerintah, ataupun kerjasama antara perusahaan 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 pemanfaatan 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 pemanfaatan 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 pemanfaatan pariwisata karena menyangkut dengan pemanfaatan 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 muda dan dapat berkembang dengan cepat.

c) Sarana dan Prasarana (Amenitas)

Dalam memanfaatkan pariwisata pada daerah maka pemanfaatan 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 pemanfaatan 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 pemanfaatan 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. 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. Pendit, 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. Wisata Bekas Tambang**

Menurut Jelen (2018), Industri pertambangan meninggalkan sejumlah besar sisa-sisa baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Sebagian dari mereka dapat digunakan sebagai warisan pertambangan. Nilai dan makna budaya atau sosial yang mengingatkan akan pentingnya pertambangan di masa lalu dan saat ini terwakili melalui warisan pertambangan. Untuk melestarikannya, warisan itu harus diwariskan kepada generasi mendatang, salah satunya adalah wisata pertambangan.

Lokasi tambang adalah lokasi industri atipikal karena mencakup tidak hanya ekonomi tetapi juga lanskap dan komponen antropologi. Perlunya mengembangkan peluang ekonomi baru di daerah di mana pertambangan monokultur adalah tulang punggung ekonomi telah mengakibatkan interpretasi kegiatan pertambangan dari sudut pandang budaya. Beberapa kota pertambangan tradisional dari keduanya akhir-akhir ini dan jaman dahulu, aktivitas pertambangan telah hilang dan menjadi situs tempat wisata baru (Conesa, 2010).

Newsome dan Dowling (2010) menyebutkan lokasi tambang tua, seperti bekas tambang timah, tambang emas, tambang batubara, dan lain-lain dapat memberikan pilihan pariwisata yang berkaitan dengan isu seputar pentingnya geologi dalam kehidupan manusia dan juga untuk aspek kerusakan lingkungan. Di seluruh dunia, pertambangan telah menjadi dasar bagi pengembangan masyarakat industri. Sekarang ada yang baru dalam dunia pertambangan yaitu konversi pertambangan dengan aspek peninggalan tambang dan aspek pariwisata. Aspek baru yang terkait dengan industri pariwisata warisan telah dikembangkan termasuk penciptaan atraksi pengunjung yang berkaitan dengan pertambangan (Conlin dan Jolliffe, 2010)

Wisata Bekas Tambang adalah segala bentuk kegiatan wisata di lokasi industri, situs teknologi, dan situs warisan industri. Paling seringkali, situs-situs ini dipersiapkan dengan cermat sebagai produk pariwisata. Dalam sebagian besar kasus, pariwisata industri adalah direduksi menjadi pengertian, yang mendefinisikan ruang wisata atau lokasi wisata - bukan karakter dari jenis pariwisata ini. Oleh karena itu, pengertian pariwisata industri di atas mengacu pada ruang tempat-tempat tujuan wisata. Kegiatan pertambangan dan pariwisata

tumbuh berdampingan di berbagai wilayah di seluruh dunia. Beberapa tambang ditutup setelah operasi berakhir. Ini membuka peluang bagi pemanfaatan wisata bekas tambang. Oleh karena itu, terlihat interaksi antara pertambangan dan pariwisata. Kualitas asosiasi ini sangat dipengaruhi oleh kesadaran otoritas dan pemerintah daerah dalam potensi industri dan pasca industri area (Huang et al., 2011).

Wisata bekas tambang dapat juga diartikan sebagai eksplorasi dunia bawah, khususnya, penemuan tambang antik. Bagi wisatawan kunjungan tambang dapat memiliki dimensi yang berbeda. Tambang bukan hanya objek khas pertambangan, tetapi juga memiliki karakter sakral, budaya, dan mungkin juga terkait secara emosional dengan wisata aktif budidaya. Bagi banyak orang, mengunjungi tambang memiliki karakter geowisata yang khas (Pawel dan Diana, 2017).

Menurut PT. Belaputera Interplan terdapat indikator tertentu yang menjadi acuan untuk menilai suatu kawasan ex tambang sebagai pariwisata, terutama dalam bekas tambang kapur. Kriteria tersebut yaitu :

- 1) Memiliki Keterkaitan dengan sejarah geologis kapur.
- 2) Memiliki keterkaitan dengan sejarah penambangan kapur.
- 3) Mengandung nilai-nilai pembelajaran tentang kapur dan proses penambangannya.
- 4) Mampu memperkuat identitas Kabupaten Bogor sebagai sumber kapur.
- 5) Berpotensi melindungi kawasan dan sekitarnya dari kerusakan lingkungan yang semakin parah akibat penambangan.
- 6) Terletak pada lokasi yang memiliki potensi pemanfaatan yang tinggi.
- 7) Sudah mulai dimanfaatkan bagi pemanfaatan kepariwisataan daerah maupun sektor lainnya.
- 8) Berpotensi untuk mendukung tema pemanfaatan pariwisata.
- 9) Tidak menimbulkan konflik kepentingan antar sektor.
- 10) Berpotensi memberikan *multiplier effect* yang besar bagi masyarakat sekitar

## 5. Gunung Kapur Klapanunggal

Kawasan karst di Indonesia memiliki banyak potensi, seperti sumber daya air dan bahan galian yang dapat dimanfaatkan serta keindahan gua-guanya. Oleh karena itu, kawasan karst harus diperhatikan dan dijaga kelestariannya, termasuk pelestarian lingkungan karst secara keseluruhan dan ekosistem di dalam goa.

Kecamatan Klapanunggal terletak di Kabupaten Bogor. Berbatasan dengan Kecamatan Gunung Putri di sebelah utara, Kecamatan Jonggol di sebelah barat, Kecamatan Babakan Madang di sebelah selatan, dan Kecamatan Citeureup di sebelah timur. Rencana untuk membangun tempat wisata yang dapat ditingkatkan bisnis Kecamatan Klapanunggal. Wisata yang berbasis alam adalah yang diinginkan.

Sekarang, bekas galian tambang gunung kapur yang sudah di alihfungsikan sebagai tempat wisata di Desa Klapanunggal, Kabupaten Bogor, menarik wisatawan. Daya tarik dari tempat ini ialah terdapat Goa Lalay sebagai sarana edukasi dan wahana susur goa, sumber mata air yang dimanfaatkan untuk mengisi kolam renang di pemandian, arena spot foto yang bagus serta indah dan tempat camping ground yang mempesona.

Seiring dengan berkembangnya potensi pariwisata yang ada di Kab. Bogor, Wisata Gunung Kapur Klapanunggal ini justru peminat atau pengunjung yang datang kurang ramai. Banyak wisatawan lebih memilih untuk pergi ke tempat – tempat wisata alam dan wisata keluarga lain yang lebih mudah dijangkau. Wisata Gunung Kapur Klapanunggal saat ini terbilang kurang aman, karena banyak area yang rawan longsor di area dekat goa lalay dan area gugusan gunung kapur. Hal ini disebabkan oleh belum dibuat bangunan pondasi dan pagar pembatas di sekitar pinggir dari gunung kapur tersebut. Selain keamanan yang kurang baik, begitu juga dengan petugas yang menjaga masih kurang informatif serta sangat sedikit keberadaannya di area wisata gunung kapur klapanunggal.

## F. Penelitian Relevan

Tabel 3. Penelitian Relevan

No	Nama & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ogi Wara Pradana (2014)  <i>“Upaya Pemanfaatan Lahan Bekas Galian Tambang Timah di Kuto Panji, Belinyu Provinsi Bangka Belitung”</i>	Deskriptif dengan teknik analisis SWOT	Dampak kerusakan lingkungan semakin luas, berkurangnya ekosistem hutan serta pencemaran sungai. Untuk pemanfaatan bekas galian tambang timah di Kuto Panji untuk peternakan bebek peking, lahan sawit, percontohan biogas, peternakan sapi, pengelolaan reklamasi, pengelolaan air, serta pengelolaan timbal.
2.	Mahara Sintong (2014)  <i>“Pemanfaatan Lahan Bekas Tambang untuk Tempat Rekreasi dengan Reklamasi di Sungai Bingai Kecamatan Binjai Selatan Kodya Binjai”</i>	Metode survey dengan pengamatan langsung dilapangan dan studi pustaka	Dampak yang ditimbulkan akibat penambangan meliputi dampak hidrologi dan dampak morfologi, kemudian dengan melaksanakan pemanfaatan lahan akan dapat menaikkan daya dukung lahan, meskipun bentuk permukaan lahan telah berubah.
3.	Linda Purba Niingrum dan Ardy Maulidy Navastara (2015)  <i>“Pemanfaatan Lahan Bekas Tambang Tanah Urug di Kecamatan Ngoro, Mojokerto”</i>	Deskriptif kualitatif dengan pendekatan rasionalistik	Didapatkan kelas kemampuan lahan pada lokasi bekas tambang tanah urug yang teridentifikasi memiliki nilai kemampuan lahan yang cukup mampu untuk dimanfaatkan kembali.

4.	<p>Giti Irmayasari (2021)</p> <p><i>“Pemanfaatan Bekas Galian Tambang Timah Sebagai Objek Wisata Pertambangan ( Mining Tourism ) Kulong Biru Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah”</i></p>	<p>Kualitatif dengan metode deskriptif</p>	<p>Objek wisata Kulong Biru memiliki daya tarik wisatawan yang tinggi. Hal ini didukung oleh objek wisata Kulong Biru yang indah, unik, dan menarik. Keindahan, keunikan ini ada karena dulunya objek wisata Kulong Biru merupakan bekas galian tambang timah yang dilakukan oleh manusia. Melalui sejarah pembentukan timah, masyarakat yang melakukan aktivitas tambang menjadi potensi yang dapat dimanfaatkan untuk lebih menarik wisatawan.</p>
5.	<p>Ian Asriandy (2016) Ilmu Administrasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Hasanuddin Makasar (Skripsi)</p> <p><i>“Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng”</i></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) 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>

(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2024)

Pada penelitian relevan pertama oleh Ogi Wara Pradana (2014) dengan judul “Upaya Pemanfaatan Lahan Bekas Galian Tambang Timah di Kuto Panji, Belinyu Provinsi Bangka Belitung” bertujuan untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan dari adanya tambang timah terhadap lingkungan, pemanfaatan bekas lahan tambang untuk mengurangi dampak terhadap lingkungan serta punya nilai ekonomis, kemudian pengelolaan agar mengurangi kerusakan terhadap lingkungan sekitar. Metode yang digunakan oleh peneliti relevan pertama adalah metode Deskriptif dengan teknik analisis SWOT. Hasil dari penelitian yaitu dampak kerusakan lingkungan semakin luas, berkurangnya ekosistem hutan serta pencemaran sungai. Untuk pemanfaatan bekas galian tambang timah di Kuto Panji untuk peternakan bebek peking, lahan sawit, percontohan biogas, peternakan sapi, pengelolaan reklamasi, pengelolaan air, serta pengelolaan timbal.

Sedangkan pada peneliti dua, Mahara Sintong (2014) dengan judul “Pemanfaatan Lahan Bekas Tambang untuk Tempat Rekreasi dengan Reklamasi di Sungai Bingai Kecamatan Binjai Selatan Kodya Binjai” yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan dapat menaikkan daya dukung lahan bekas tambang. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pengamatan langsung dilapangan dan studi pustaka. Hasil dari penelitian adalah dampak yang ditimbulkan akibat penambangan meliputi dampak hidrologi dan dampak morfologi, kemudian dengan melaksanakan pemanfaatan lahan akan dapat menaikkan daya dukung lahan, meskipun bentuk permukaan lahan telah berubah.

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Linda Purba Niingrum dan Ardy Maulidy Navastara (2015) dengan judul Pemanfaatan Lahan Bekas Tambang Tanah Urug di Kecamatan Ngoro, Mojokerto bertujuan untuk menganalisis kemampuan lahan yang arah pemanfaatannya harus berdasarkan karakteristik lahan yang dimiliki. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan rasionalistik artinya pendekatan yang bersumber pada fakta empiris dan didukung dengan teori-teori. Hasil dari penelitian didapatkan kelas kemampuan lahan pada lokasi bekas tambang tanah urug yang teridentifikasi memiliki nilai kemampuan lahan yang cukup mampu untuk dimanfaatkan kembali.

Penelitian yang keempat dilakukan oleh Giti Irmayasari ( 2021 ) dengan judul Pemanfaatan Bekas Galian Tambang Timah Sebagai Objek Wisata Pertambangan ( Mining Tourism ) Kulong Biru Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah bertujuan mengubah yang dulunya objek wisata Kulong Biru merupakan bekas galian tambang timah yang dilakukan oleh manusia. Melalui sejarah pembentukan timah, masyarakat yang melakukan aktivitas tambang menjadi potensi yang dapat dimanfaatkan untuk lebih menarik wisatawan.

Penelitian yang kelima dilakukan oleh Ian Asriandy ( 2016 ). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk mengungkapkan informasi kualitatif sehingga lebih menekankan pada masalah proses dan makna dengan mendeskripsikan sesuatu masalah, sehingga memudahkan penulis untuk mendapatkan data yang objektif dalam rangka mengetahui dan memahami manajemen strategi pengembangan wisata air terjun.



## G. Kerangka Berpikir

Menurut (Ahman Sya & Zulkifli Harahap, 2019) Pemanfaatan 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)

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 pemanfaatan pariwisata seperti Destinasi Wisata (Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas), dan Publisitas

& Promosi yang didalamnya mencakup POSE (Paid media, Own media, Social media, Endorser) serta mencakup keadaan Sumber Daya Manusia yang terdapat di Destinasi Wisata Gunung Kapur Klapanunggal. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui dan menganalisis pemanfaatan yang telah dilakukan di Destinasi Wisata Gunung Kapur Klapanunggal. Setelah mengetahui komponen-komponen yang berpengaruh dalam pengembangan, peneliti nantinya akan dapat menyimpulkan strategi yang tepat untuk pemanfaatan Destinasi Wisata Gunung Kapur Klapanunggal kedepannya. Hasil penelitian ini berupa perumusan sejumlah alternatif strategi pemanfaatan yang meliputi aspek destinasi wisata, publikasi & promosi, sumberdaya manusia, potensi wisata, keamanan wisata, dan manfaat wisata untuk mencapai tujuan.

