

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pariwisata**

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang memiliki keterkaitan yang kuat dengan sektor lain, karena pariwisata bisa dikatakan sebagai gabungan fenomena dan hubungan timbal balik akibat adanya interaksi dengan wisatawan, supplier bisnis, pemerintah tujuan wisata serta masyarakat daerah tujuan wisata.

Pariwisata merupakan suatu usaha yang kompleks, hal ini dikarenakan terdapat banyak kegiatan yang terkait dalam penyelenggaraan pariwisata. Kegiatan-kegiatan tersebut diantaranya seperti usaha perhotelan (*homestay*), usaha kerajinan/cinderamata, usaha perjalanan, dan usaha – usaha lainnya. Usaha pariwisata dapat dikaitkan dengan sarana pokok kepariwisataan yaitu perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan orang-orang yang melakukan perjalanan wisata.

Pariwisata Mengacu pada Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Terdapat pengertian-pengertian yang berkaitan dengan kepariwisataan dengan memberikan pengertian sebagai berikut, yaitu:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin, yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, dan pengusaha.

Pariwisata adalah suatu kumpulan hal yang berkaitan dengan personal, destinasi, kuliner, iklim dan hal lainnya yang bisa mengundang orang lain untuk berkunjung ketempat pariwisata tersebut. Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua kata yaitu *Pari* yang artinya seluruh atau semua dan *wisata* yang berarti perjalanan. Pariwisata sendiri mengandung tiga unsur, antara lain:

1. Manusia, yaitu unsur insani sebagai pelaku kegiatan pariwisata.
2. Tempat, yaitu unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri.
3. Waktu, yaitu unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan tersebut dan selama berdiam ditempat tujuan.

Jadi, definisi pariwisata dapat diartikan sebagai salah satu dari Industri baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam hal mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan (Wahab, 1992).

Industri Pariwisata adalah sebuah konsep yang perlu dipahami untuk dianalisis dan sebagai bahan pengambilan keputusan. Namun hampir disemua Negara tidak memahami hal ini, sehingga muncul berbagai permasalahan yang menyulitkan industri untuk berkembang secara realitas atau kredibel yang berkaitan dengan informasi pariwisata yang mendasar, dalam memprediksi kontribusinya, baik untuk regional, nasional dan perekonomian global.

Menurut UU No.10 Tahun 2009 Pasal 3 Kepariwisata berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Pasal 4 Kepariwisata bertujuan untuk: meningkatkan pertumbuhan ekonomi,

meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa dan, mempererat persahabatan antarbangsa.

### **2.1.1 Unsur-Unsur Pariwisata**

Buhalis (2000:98) mengemukakan teori yang berbeda bahwa komponen pengembangan pariwisata terdiri dari 6A yaitu *Attraction, Amenities, Ancillary, Activity, Accessibilities* dan *Available Package*. Pada penelitian ini penulis melakukan sintesis teori sehingga didapatkan 6 Komponen Pengembangan Pariwisata yaitu *Attraction, Amenities, Ancillary, Activity, Accessibilities*, dan *Available Package*.

#### **1. *Attraction* (Atraksi)**

Atraksi merupakan segala hal yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata. Atraksi terdiri dari apa yang pertama kali membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke sebuah kawasan. Atraksi dapat didasarkan pada sumber daya alam yang memiliki bentuk ciri-ciri fisik alam, dan keindahan kawasan itu sendiri. Selain itu, budaya juga dapat menjadi atraksi untuk menarik minat wisatawan datang, seperti hal-hal yang besejarah, agama, cara hidup masyarakat, tata cara pemerintahan, dan tradisi-tradisi masyarakat baik dimasa lampau maupun di masa sekarang. Hampir setiap destinasi memiliki atraksi khusus yang tidak dapat dimiliki oleh destinasi lainnya.

#### **2. *Amenities* (Fasilitas Pendukung)**

*Amenities* adalah berbagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan di destinasi wisata. *Amenities* meliputi beragam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman (*food and beverage*), tempat hiburan, tempat perbelanjaan (*retailing*), dan layanan lainnya seperti bank, rumah sakit, keamanan dan asuransi (Cooper dkk, 2000). Menurut Inskoop dalam Hadiwijoyo (2012:59-60) fasilitas (*facilities*) dan pelayanan lainnya (*other services*) di destinasi bisa terdiri dari biro perjalanan wisata, restaurant, retail outlet kerajinan tangan, *souvenir*, keunikan, keamanan yang baik, bank, penukaran uang (*money changer*), *tourist information office*, rumah sakit, bar, tempat kecantikan. Setiap destinasi

memiliki fasilitas yang berbeda, namun untuk melayani kebutuhan dasar wisatawan yang berkunjung destinasi melengkapinya sesuai dengan karakteristik destinasi tersebut.

### 3. *Ancillary* (Layanan Pendukung)

Layanan pendukung adalah dukungan yang disediakan oleh organisasi, pemerintah daerah, kelompok atau pengelola destinasi wisata untuk menyelenggarakan kegiatan wisata (Cooper dkk, 2000). Organisasi pemerintah, asosiasi kepariwisataan, *tour* operator dan lain-lain. Dalam hal ini organisasi dapat berupa kebijakan dan dukungan yang diberikan pemerintah atau organisasi untuk terselenggarakannya kegiatan wisata. Sama halnya dengan kampung wisata kreatif, tentunya penyelenggaraan kampung wisata didukung oleh kebijakan pemerintah baik daerah maupun pusat untuk terselenggaranya kegiatan wisata.

### 4. *Activities* (Aktivitas)

Aktivitas berhubungan dengan kegiatan di destinasi yang akan memberikan pengalaman (*experience*) bagi wisatawan. Setiap destinasi memiliki aktivitas yang berbeda sesuai dengan karakteristik destinasi wisata tersebut (Brown and Stange, 2015). Aktivitas wisata di destinasi merupakan kegiatan yang salah satunya menjadi daya tarik wisatawan untuk datang ke destinasi. Begitu juga dengan desa wisata, jenis aktivitas yang dilakukan berhubungan dengan karakteristik desa tersebut. Aktivitas yang umumnya dilakukan di desa wisata adalah mengikuti kegiatan kehidupan sehari-hari desa wisata.

### 5. *Accessibilities* (Aksesibilitas)

Akses mencakup fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk menuju destinasi wisata, sehingga harus tersedia jasa seperti penyewaan kendaraan dan transportasi lokal, rute atau pola perjalanan (Cooper dkk, 2000). Menurut Sugiyama (2011) aksesibilitas adalah tingkat intensitas suatu daerah tujuan wisata atau destinasi dapat dijangkau oleh wisatawan. Fasilitas dalam aksesibilitas seperti jalan raya, rel kereta api, jalan tol, terminal, stasiun kereta api, dan kendaraan roda empat. Menurut Brown dan Stange (2015) Akses adalah bagaimana seseorang untuk mencapai tujuan dari tempat asalnya. Apakah aksesnya mudah atau sulit.

## 6. *Available Package* (Paket Wisata)

Paket wisata merupakan paket yang menggabungkan beberapa atraksi (*event*) dalam kurun satu waktu, dan dibuat oleh perantara atau pelaku utama. Biasanya paket wisata memudahkan wisatawan untuk merasakan dan mengalami berbagai atraksi dalam satu kesatuan.

### **2.1.2 Pelaku Pariwisata**

Pelaku pariwisata adalah setiap pihak yang berperan dan terlibat dalam kegiatan pariwisata. Adapun yang menjadi pelaku pariwisata menurut (Heryati, 2019) mengutip dari Damanik dan Weber (2006:19) pelaku pariwisata adalah:

1. Wisatawan; adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan. Wisatawan memiliki beragam motif dan latar belakang (minat, ekspektasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya, dan sebagainya) yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan wisata. Dengan perbedaan tersebut, wisatawan menjadi pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata.
2. Industri Pariwisata/ Penyedia Jasa; adalah semua usaha yang menghasilkan barang dan jasa bagi pariwisata. Mereka dapat digolongkan ke dalam dua golongan utama, yaitu:
  - a. Pelaku Langsung, yaitu usaha-usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau yang jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Termasuk dalam kategori ini adalah hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, atraksi hiburan, dan lain-lain.
  - b. Pelaku Tidak Langsung, yaitu usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, misalnya usaha kerajinan tangan, penerbit buku atau lembaran panduan wisata, dan sebagainya.
3. Pendukung Jasa Wisata; adalah usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata tetapi seringkali bergantung pada wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk itu. Termasuk di dalamnya adalah penyedia jasa fotografi, jasa kecantikan, olahraga, penjualan BBM, dan sebagainya.

4. Pemerintah; sebagai pihak yang mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Tidak hanya itu, pemerintah juga bertanggungjawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata. Kebijakan makro yang ditempuh pemerintah merupakan panduan bagi stakeholder yang lain dalam memainkan peran masing-masing.
5. Masyarakat Lokal; adalah masyarakat yang bermukim di kawasan wisata. Mereka merupakan salah satu aktor penting dalam pariwisata karena sesungguhnya merekalah yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. Selain itu, masyarakat lokasi merupakan pemilik langsung atraksi wisata yang dikunjungi sekaligus dikonsumsi wisatawan.
6. Lembaga Swadaya Masyarakat; merupakan organisasi non-pemerintah yang sering melakukan aktivitas kemasyarakatan di berbagai bidang, termasuk di bidang pariwisata, seperti proyek WWF untuk perlindungan Orang Utan di Kawasan Bahorok Sumatera Utara atau di Tanjung Putting Kalimantan Selatan, Kelompok Pecinta Alam, Walhi, dan lain-lain.

### **2.1.3 Pengembangan Pariwisata**

Fandeli (1995:24) mengemukakan bahwa pengembangan pariwisata pada dasarnya adalah pengembangan masyarakat dan wilayah yang didasarkan pada:

1. Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas dan tradisi lokal.
2. Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata kepada penduduk lokal.
3. Berorientasi kepada pengembangan wisata berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi pada teknologi kooperatif.
4. Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang tradisi budaya dengan dampak negatif yang seminimal mungkin.

Dalam Undang-Undang RI No.10 Tahun 2009 Pasal 6 dan 7, tentang pembangunan pariwisata disebutkan bahwa pembangunan pariwisata haruslah memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam serta kebutuhan manusia untuk berwisata (Pasal 6). Pembangunan pariwisata meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan pariwisata (Pasal 7).

#### **2.1.4 Manajemen Pariwisata**

Manajemen adalah proses perencanaan, pengkoordinasian sumber daya yang ada, guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Semua tugas dilakukan dengan benar dan terorganisir sehingga membantu pencapaian target yang diinginkan. Contohnya manajemen pariwisata yang menjadi sektor strategis dalam pemberdayaan ekonomi rakyat saat ini.

Manajemen pariwisata adalah proses manajemen dimana organisasi pariwisata nasional atau di daerah-daerah dapat mengidentifikasi wisata pilihannya baik yang aktual maupun yang potensial, dengan maksud mencapai kepuasan optimal sehingga dengan begitu mereka dapat meraih sasaran-sasarannya. Dalam mencapai target kepuasan optimal dibutuhkan hal-hal yang melibatkan kearifan lokal, dalam setiap pengembangan wisata baru maupun yang sudah ada harus melibatkan kearifan lokal. Dengan demikian, akan terselenggarakannya wisata yang unik, seperti budaya dan tradisi daerah serta keunikan alam serta lingkungan, pengelolaan sumberdaya yang baik tentu akan sangat dibutuhkan dan sangat penting untuk pengembangan kawasan wisata. Pada manajemen pariwisata memperhatikan 3 aspek, yaitu:

a. Promosi

Promosi pariwisata merupakan aktivitas komunikasi serta publikasi yang bertujuan membangun citra tentang kepariwisataan. Promosi pariwisata merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

b. SDM

Manajemen SDM pada bidang pariwisata merupakan pendukung utama dalam tercapainya kegiatan wisata. SDM pariwisata berperan dalam penggerak

industry pariwisata, penentu daya saing, dan pelaku utama dalam menciptakan pengalaman pengunjung.

c. Destinasi

Manajemen dalam destinasi pariwisata bertujuan untuk meningkatkan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan destinasi pariwisata.

### **2.1.5 Bisnis**

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi. Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk mendapatkan laba (Sucipto & Nurohman, 2021).

Bisnis pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Sektor pariwisata memang cukup menjanjikan untuk turut membantu menaikkan cadangan devisa untuk turut membantu menaikkan cadangan devisa dan secara pragmatis juga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat (Sapta & Landra, 2018).

Elemen bisnis yang utama dan merupakan sumber daya yang kompetitif bagi sebuah bisnis terdiri dari tiga elemen utama, yaitu (Sukimin, et al., 2023):

1. Produk

Ini mencakup barang atau layanan yang ditawarkan kepada konsumen.

2. Strategi pemasaran

Ini melibatkan metode promosi produk kepada target pasar untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan.

3. Operasional

Ini mencakup semua proses yang diperlukan untuk memasarkan produk termasuk penggunaan teknologi, sumber daya manusia, dan inovasi produk.

### **2.2 Pariwisata Kreatif**

Richards dan Raymond (2000) adalah akademisi awal yang mempopulerkan istilah pariwisata kreatif, yang mendefinisikan pariwisata kreatif sebagai pariwisata yang menawarkan kepada pengunjung kesempatan untuk mengembangkan potensi kreatif

mereka melalui partisipasi aktif. Pariwisata kreatif adalah bentuk baru pariwisata yang memiliki potensi mengubah model pengembangan pariwisata yang selama ini ada dan memberikan kontribusi baru dalam menciptakan pengalaman bagi wisatawan. Pariwisata kreatif memiliki potensi besar dalam membantu mempercepat pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, sosial dan budaya masyarakat lokal.

Pariwisata kreatif merupakan sebuah kegiatan pariwisata dimana para wisatawan dapat mengembangkan potensi kreatif mereka melalui partisipasi aktif di dalam pengalaman belajar seni, warisan atau karakter khusus dari tempat yang dikunjungi.

Pariwisata kreatif harus berbasis pada pembangunan pariwisata berkelanjutan (Gunawan,2000) antara lain :

- a. Kesadaran tentang tanggung jawab terhadap lingkungan, yaitu menempatkan pariwisata sebagai industry yang ramah lingkungan yang menjadi tanggung jawab pemerintah, industry pariwisata, masyarakat dan wisatawan.
- b. Peningkatan peran pemerintah daerah dalam pembanguana kepariwisataan
- c. Industry pariwisata yang mampu dalam menciptakan produk pariwisata yang dapat bersaing secara internasioanl, dan bisa mensejahterahkan masyarakat di tempat tujuan wisata
- d. Adanya kemitraan dan partisipasi masyarakat dalam Pembangunan pariwisata. Pembangunan tersebut bertujuan meminimalisir perbedaan dalam tingkat kesejahteraan wisatawan dan masyarakat.

### **2.3 Resiliensi**

Resiliensi merupakan sebuah pola adaptasi yang bersifat positif dalam menghadapi kesulitan (Riley & Masten, 2005). Resiliensi merujuk pada kemampuan mengatasi dan adaptasi yang efektif meskipun dihadapkan pada kehilangan, serta kesulitan (Tugade & Fredrickson, 2004). Resiliensi juga mengacu pada kemampuan individu yang memungkinkan indivistu tersebut mampu bertahan dalam kesulitan (Connor & Davidson, 2003). Berdasarkan pengertian resiliensi dari para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa resiliensi adalah kemampuan untuk beradaptasi terhadap suatu perubahan, kejadian yang berat, atau masalah yang terjadi dalam kehidupan. Resiliensi

pada pariwisata merujuk pada kemampuan destinasi wisata untuk bertahan, pulih, dan beradaptasi dengan perubahan dan krisis seperti pandemi COVID-19. Munculnya pandemi COVID-19 menyebabkan aktivitas pariwisata terpuruk. Sehingga para pelaku usaha di kawasan wisata mulai beradaptasi dan muncul berbagai inovasi sebagai Upaya bertahan dalam keadaan sulit tersebut (Yanti & Aditya, 2022).

### **2.3.1 Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Strategi Bertahan Pariwisata Kreatif**

#### a. Faktor Internal

Faktor internal merupakan sumber daya objek yang akan menentukan kekuatan dan kelemahan objek wisata. Sumber daya objek wisata ini meliputi sumber daya manusia, seperti pengalaman, kemampuan, pengetahuan, keahlian, dan pertimbangan. Faktor internal adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi kekuatan dan kelemahan dalam menarik wisatawan lokal maupun wisatawan asing untuk mengunjungi destinasi wisatanya. Lingkungan internal merupakan lingkungan yang sangat berpengaruh dan menentukan terhadap penentuan strategi yang akan diformulasikan. (Pomantow, Kumurur, Poli, & Rogi, 2013)

#### b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah lingkungan yang berada diluar organisasi yang menentukan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) yang akan di hadapi. Faktor eksternal merupakan faktor yang berupa daya tarik wisata yang meliputi peluang dan ancaman dalam menarik wisatawan lokal maupun wisatawan asing untuk mengunjungi destinasi wisatanya. Yang termasuk dalam faktor eksternal yaitu ekonomi, sosial dan politik (*pentahelix*), teknologi (pemanfaatan ICT), dan ekologi. Lingkungan eksternal merupakan lingkungan yang berada diluar kendali perusahaan dan pada umumnya tidak secara langsung mempengaruhi perusahaan. (Pomantow, Kumurur, Poli, & Rogi, 2013)

### **2.3.2 Pemanfaatan ICT untuk Pariwisata Kreatif**

Pemanfaatan ICT (*Information and Communication Technology*) untuk pariwisata kreatif sangat di perlukan. ICT merupakan salah satu cara untuk mempromosikan pariwisata kreatif karena akan menjadi hal penting untuk mendatangkan wisatawan dan

banyak manfaat pada objek wisata, seni dan budaya. Dengan datangnya para wisatawan ke objek wisata maka akan meningkatkan perekonomian di wilayah setempat (Suleman, 2013).

## **2.4 Tinjauan Kebijakan**

### **2.4.1 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata**

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan mengenai pengertian wisata, wisatawan, pariwisata, kepariwisataan, daya tarik wisata, dan industri pariwisata sebagai berikut:

- 1) Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- 2) Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- 3) Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
- 4) Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.
- 5) Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
- 6) Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata juga menjelaskan bahwa tujuan pariwisata di Indonesia yaitu:

- 1) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi;

- 2) Meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- 3) Menghapus kemiskinan;
- 4) Mengatasi pengangguran;
- 5) Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
- 6) Memajukan kebudayaan;
- 7) Mengangkat citra bangsa;
- 8) Memupuk rasa cinta tanah air;
- 9) Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; dan
- 10) Mempererat persahabatan antarbangsa.

Dari poin undang-undang tersebut yang menjadi elemen penting adanya pariwisata adalah pariwisata yang membantu meningkatkan perekonomian masyarakat dan negara.

## 2.5 Studi Penelitian Terkait

Berikut merupakan tabel dari studi penelitian terkait.

**Tabel 2. 1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya**

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Penulis	Volume/ Nomor/Tahun	Metode	Hasil Penelitian
1.	Analisa Penerapan Community Based Tourism Pada Desa Wisata: Kampung Wisata Kreatif Cigadung, Jawa Barat	Mengetahui penerapan <i>Community Based Tourism</i> berdasarkan 5 indikator yaitu dimensi ekonomi, dimensi sosial, dimensi budaya, dimensi lingkungan, dan dimensi politik.	Joshua David, Stephanie Rosanto	Jurnal Fusion Volume, 3 Nomor 08, Agustus 2023	Kualitatif	Hasil penelitian yang didapat dari penerapan <i>Community based Tourism</i> di Kampung Wisata Kreatif Cigadung menunjukkan keberhasilan dengan sejalanannya dengan indikator dari dimensi <i>Community Based Tourism</i> walaupun ada beberapa indikator dimensi <i>Community Based Tourism</i> yang perlu dioptimalkan. Secara keseluruhan, penerapan <i>Community Based Tourism</i> pada Kampung Wisata Kreatif Cigadung mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal sekitar.

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Penulis	Volume/ Nomor/Tahun	Metode	Hasil Penelitian
2.	Strategi Pemulihan Pariwisata Pasca Pandemi COVID-19 di Kabupaten Sumenep	Mengetahui strategi pemulihan pariwisata pasca pandemi di Kabupaten Sumenep	Ida Syafriyani, Sofiyah Qamariah	Jurnal Aplikasi Administrasi, Volume 26 Nomor 1, Mei 2023	Kualitatif	Formulasi strategi pemulihan pariwisata pasca pandemi di Kabupaten Sumenep pada prinsipnya adalah menjabarkan kebijakan pemerintah pusat yang dituangkan dalam regulasi yaitu pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM), standar Cleanees, Healthy, Safety, and Environmental Sustainability (CHSE) atau Kebersihan, Kesehatan, Keamanan dan lingkungan yang berkesinambungan di tempat wisata serta mendukung optimalisasi kegiatan Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition (MICE) atau pertemuan, insentif, konvensi dan pameran. Implementasi strategi yang dilakukan di Kabupaten Sumenep adalah sosialisasi dan

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Penulis	Volume/ Nomor/Tahun	Metode	Hasil Penelitian
						penerapan protokol kesehatan pada seluruh obyek wisata dan usaha pariwisata, dengan melibatkan pemerintah dan swasta, sejak awal pandemi pada tahun 2020.
3.	Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat sebagai Penopang Akselerasi Ekonomi di Jawa Barat: Studi Kasus Aktivasi Kampung Wisata Binong	Mengetahui strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat sebagai penopang akselerasi ekonomi di Jawa Barat	Daniel Hermawan	Vol. 1 No. 01 (2022): Proceedings of National Conference West Java Economic Society (WJES)	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan pentingnya tata kelola pariwisata dalam bentuk kelembagaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), manajemen konflik, dan rasa memiliki di kalangan masyarakat Kelurahan Binong. Penelitian ini berimplikasi pada 3 aspek utama, yakni keterlibatan dan kolaborasi <i>pentahelix</i> dalam pengelolaan kampung wisata, pentingnya penekanan visi dan misi kampung wisata sebagai aktivitas ekonomi yang berkelanjutan, dan penguatan ekosistem ekonomi berbasis

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Penulis	Volume/ Nomor/Tahun	Metode	Hasil Penelitian
						komunitas dan kearifan lokal yang bersifat holistik.
4.	Strategi Pengembangan Pariwisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Di Kampung Wisata Kreatif Cigadung Kota Bandung	Mengetahui secara lebih jelas strategi pengembangan pariwisata yang cocok untuk diterapkan di Kampung Wisata Kreatif Cigadung melalui analisis SWOT	Nanda Savana, Siti Fadlina, Mochammad Henfi Abdul Khoir	Vol. 2 No. 1 (2024): Journal of Tourism Planning and Economic Development (JOTPED)	Kualitatif	Kondisi SDM Pariwisata di Kampung Wisata Kreatif Cigadung dilihat pada indikator <i>skill</i> , <i>knowledge</i> dan <i>attitude</i> berada pada kondisi yang mumpuni untuk mengelola sebuah kampung wisata. Kerjasama yang terjalin sebagaimana dalam konsep <i>pentahelix</i> Pariwisata yaitu Masyarakat, Pemerintah, Bisnis/Swasta, Akademisi dan media belum terjalin semua. Berdasarkan temuan faktor internal dan eksternal yang dianalisis menggunakan penghitungan IFAS dan EFAS ditemukan bahwa strategi rekomendasi untuk Kampung

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Penulis	Volume/ Nomor/Tahun	Metode	Hasil Penelitian
						Wisata Kreatif Cigadung adalah strategi agresif.
5.	Strategi Resiliensi Pelaku Pariwisata Dalam Menghadapi Krisis COVID-19 di Kawasan Pariwisata Ubud	Menganalisis strategi resiliensi pelaku pariwisata dalam menghadapi krisis COVID-19 di Kawasan Pariwisata Ubud. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi resiliensi pelaku pariwisata Ubud dalam menghadapi situasi sulit dan implikasi yang muncul akibat pandemi COVID-19.	Ayu Suwita Yanti, I Wayan Putra Aditya	Vol. 3 No. 3: Jurnal Cahaya Mandalika	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan <i>wellness tourism</i> di Ubud sangat menopang pariwisata Ubud yang sempat mengalami keterpurukan akibat <i>pandemic COVID-19</i> . Implikasi yang muncul akibat <i>pandemic COVID-19</i> di kawasan pariwisata Ubud adalah perubahan pola konsumsi masyarakat, perkembangan <i>wellness tourism</i> yang semakin meningkat, dan mulai berkembangnya usaha-usaha lokal untuk menunjang <i>wellness tourism</i> di Ubud.

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Penulis	Volume/ Nomor/Tahun	Metode	Hasil Penelitian
6.	Strategi Bertahan Hidup Pelaku Wisata Yogyakarta Saat Pandemi COVID-19	Mengetahui strategi bertahan hidup pelaku wisata Yogyakarta saat pandemi COVID-19.	Fondina Gusriza, Muhammad Luqman Taufiq, Sheidy Yudhiasta	Jurnal Pariwisata dan Budaya, Volume 14 Nomor 1, Maret 2023	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian sebagian besar pelaku wisata mengalami penurunan pendapatan yang sangat signifikan yaitu 80-100%. Untuk bertahan hidup para pelaku wisata memilih pekerjaan lain, yaitu berdagang, pekerjaan tidak tetap, bertani/beternak, driver <i>online</i> , dan usaha jasa lainnya. Pelaku wisata juga melibatkan istri atau anggota keluarga lain untuk menambah penghasilan. Penghasilan mereka kadang cukup dan kadang tidak untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pandemi yang belum bisa diprediksi sampai kapan, membuat pelaku wisata memikirkan strategi bertahan hidup kedepannya. Sebanyak 31% responden memilih menekuni

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Penulis	Volume/ Nomor/Tahun	Metode	Hasil Penelitian
						usaha yang dijalankan sebagai strategi jangka pendek.
7.	<i>Tourist Village Development Analysis after Pandemic COVID-19 as a Potency for Rural Resilience in Indonesia</i>	Mengetahui kondisi desa wisata sebelum pandemi COVID-19, dampak pandemi COVID-19 di kedua desa wisata, upaya mitigasi pembangunan kedua desa wisata saat new normal dan kebijakan terkait pembangunan.	Selfa Septiani Aulia	International Journal of Education, Information Technology and Others (IJEIT) Vol. 5, No.2, March 2022	Kualitatif	Perkembangan desa wisata pasca pandemi COVID-19 mungkin berbeda dengan perkembangan sebelumnya, karena ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengunjung untuk berwisata dan mendapatkan pengalaman perjalanan baru. Desa wisata berpeluang untuk tertata dan dikembangkan di masa pandemi COVID-19 karena akan diprediksi menjadi tren perjalanan pasca pandemi, terutama oleh wisatawan domestik. Pengembangan desa wisata yang memiliki prinsip ketahanan desa sangat berkaitan dengan sistem sosial ekologi di desa, seperti ketahanan masyarakat desa wisata dan kemampuan kelembagaan desa

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Penulis	Volume/ Nomor/Tahun	Metode	Hasil Penelitian
						wisata dalam menata dan mengembangkan desanya di masa pandemi seperti ini.
8.	<i>Tourism and Hospitality industry resilience during the COVID-19 pandemic: Evidence from England</i>	Mengetahui ketahanan bisnis yang bervariasi di seluruh sektor dalam situasi pandemi. Mengetahui faktor yang memengaruhi ketahanan yang dirasakan dari bisnis yang bergantung pada pariwisata.	Nikos Ntounis, Cathy Parker, Heather Skinner, Chloe Steadman & Gary Warnaby	Current Issues In Tourism 2022, Vol. 25, No. 1, 46–59	Kuantitatif dan Kualitatif	<i>Applying our Business Resilience Composite Score, we find that, relative to some other sectors such as professional services, tourism-dependent businesses are more vulnerable to the pandemic, but other sectors, such as retail, were actually more vulnerable. Qualitative responses revealed the specific perceived vulnerabilities tourism-dependent businesses faced due, in particular, to temporal contextual factors arising from demand seasonality, longer lockdown durations, and more uncertain timeframes for reopening, which might indicate a greater vulnerability for tourism-</i>

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Penulis	Volume/ Nomor/Tahun	Metode	Hasil Penelitian
						<p><i>dependent businesses over the longer-term.</i></p> <p>Menerapkan Skor Ketahanan Bisnis kami, kami menemukan bahwa, dibandingkan dengan beberapa sektor lain seperti layanan profesional, bisnis yang bergantung pada pariwisata lebih rentan terhadap pandemi, tetapi sektor lain, seperti ritel, sebenarnya lebih rentan. Tanggapan kualitatif mengungkapkan kerentanan spesifik yang dihadapi bisnis yang bergantung pada pariwisata karena, khususnya, faktor kontekstual temporal yang timbul dari musiman permintaan, durasi penguncian yang lebih lama, dan kerangka waktu yang lebih tidak pasti untuk pembukaan kembali,</p>

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Penulis	Volume/ Nomor/Tahun	Metode	Hasil Penelitian
						yang mungkin mengindikasikan kerentanan yang lebih besar untuk bisnis yang bergantung pada pariwisata dalam jangka panjang.