

## BAB I

### PENDAHULUAN

Bab ini merupakan paparan pendahuluan yang menunjukkan gejala-gejala kesenjangan yang terjadi di lapangan dengan teori yang ada, maka dengan demikian perlu dilakukan penelitian ini. Adapaun sistematika penulisan pada bab ini adalah sebagai berikut; latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan definisi operasional.

#### A. Latar Belakang

Pariwisata menurut Pitana dan Gayatri (2005: 3) “telah menjadi salah satu industri terbesar di dunia, dan merupakan andalan utama dalam menghasilkan devisa di berbagai negara”. “Sebagai contoh di daerah kepulauan Karibia, pariwisata telah menciptakan 2,5 juta kesempatan kerja atau sekitar 25% dari total kesempatan kerja pada tahun 2001” Monsen (Pitana dan Gayatri, 2005: 3). “Pariwisata menyumbang US\$ 9,2 milyar, atau 5,8% dari total GDP. Tahun 2011 pariwisata diprediksi akan menghasilkan penerimaan sekitar US\$ 18,7 milyar” Duval (Pitana dan Gayatri, 2005: 3).

Bagi Fiji, sebuah negara pulau yang ada di Samudra Pasifik, pariwisata telah menjadi penghasil devisa kedua, hanya sedikit di bawah hasil utamanya, yaitu gula dan hasil pertanian lain. Pendapatan dari pariwisata pada tahun 1991 mencapai sekitar 35% dari total nilai ekspor negara ini. Bagi Tonga (juga di Samudra Pasifik), pariwisata menyumbang 70% dari total nilai ekspornya, Smith (Pitana dan Gayatri, 2005: 4).

Pitana (2005: 4) menyatakan bahwa, dengan meningkatnya peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara, pariwisata sering disebut sebagai *passport to development, new kind of sugar, tool for regional development, invisible export, non-polluting industry*, dan sebagainya.

Jumlah wisatawan internasional senantiasa meningkat secara berkelanjutan sebagaimana dapat dilihat dari gambaran statistik sejak tahun 1950. Demikian

juga nilai devisa yang dihasilkan. Data menunjukkan bahwa jumlah wisatawan internasional meningkat dari sekitar 25 juta orang pada tahun 1950, menjadi 476 juta pada 1992, dan pada tahun 2000 angka ini mencapai 698,8 juta orang. Jumlah wisatawan internasional selalu mengalami peningkatan sampai penghujung milenium, dengan peningkatan tertinggi terjadi tahun 2000 yaitu 9,7%, (Pitana dan Gayatri, 2005: 4).

Meningkatnya peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi tidak terlepas dari perencanaan pariwisata itu sendiri. Menurut Damanik dan Weber (2006: 25):

Perencanaan pariwisata sangat penting dilakukan karena saat ini dan di masa depan akan terus terjadi pergeseran pasar wisata. Motif, minat, selera, tuntutan, dan perilaku wisatawan terus-menerus berubah dan hal ini perlu direspons dengan tepat. Apalagi ketersediaan produk yang berkualitas akan semakin berkurang. Dengan perubahan seperti itu produk yang tidak inovatif jelas tidak akan laku. Apalagi persaingan produk dan jasa di pasar wisata cenderung meningkat dengan derajat kualitas yang jauh lebih baik. Oleh sebab itu perencanaan menjadi tindakan yang mutlak dilakukan. Perencanaan yang baik berarti akan menghasilkan suatu strategi peningkatan daya saing (*competitiveness*) produk dan keuntungan di tingkat perusahaan atau pelaku wisata.

Tidak berbeda dengan pernyataan di atas, Yoeti mengemukakan (2008: 47) bahwa:

Pertumbuhan kepariwisataan yang tidak terkendali sebagai akibat dari perencanaan yang tidak baik, pasti akan menimbulkan dampak yang tidak baik dan tentunya akan tidak menguntungkan semua pihak. Bangunan Hotel yang menjulang tinggi, poster iklan yang merusak pemandangan dan lingkungan, pembuangan sampah yang tidak pada tempatnya, pengotoran pantai yang tidak terkendali sebagai akibat banyaknya wisatawan yang berkunjung, semuanya dapat saja terjadi sebagai akibat dari perencanaan yang tidak baik.

Dengan kata lain, pengembangan pariwisata yang tidak direncanakan, akan dapat menimbulkan masalah-masalah sosial dan budaya, terutama di daerah atau tempat dimana terdapat perbedaan tingkat sosialnya antara pendatang dan penduduk setempat. Sebagai akibat tingkah laku penduduk yang suka meniru

seperti apa yang dilakukan wisatawan asing tanpa mengetahui latar belakang kebudayaan wisatawan asing yang ditirunya.

Oleh karena itu dalam pengembangan pariwisata sebagai suatu industri, perlu dipertimbangkan dalam segala macam segi tanpa terkecuali, karena diakui bahwa pariwisata sebagai suatu industri tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan erat dengan sektor-sektor ekonomi, sosial, dan budaya yang hidup dalam masyarakat. Bila pengembangan tidak terarah, tidak direncanakan dengan matang, maka bukan manfaat yang akan diperoleh, tetapi perbenturan sosial, kebudayaan, kepentingan dan akibatnya pelayanan kepada wisatawan akan menjadi korban dan selanjutnya akan mematikan usaha-usaha yang telah lama dibina dengan susah payah.

Disinilah pentingnya ide dasar pembangunan berkelanjutan. Ide dasar pembangunan berkelanjutan menurut Damanik dan Weber (2006: 25) adalah:

Kelestarian sumberdaya alam dan budaya. Sumberdaya tersebut merupakan kebutuhan setiap orang saat sekarang supaya dapat hidup dengan sejahtera, tetapi harus dipelihara dan dilestarikan agar dapat juga digunakan di masa yang akan datang. Di dalam program-program pembangunan hal itu diwujudkan dalam bentuk pembatasan secara ketat eksploitasi sumberdaya yang tidak dapat diperbaharui dan pemanfaatan sumberdaya tanpa menyisakan kerusakan lingkungan hidup secara permanen. Pemanfaatan sumberdaya tersebut harus pula melibatkan masyarakat lokal dan memberikan manfaat optimal bagi mereka.

Ide-ide itu kemudian diturunkan ke dalam konsep pariwisata berkelanjutan. Artinya adalah pembangunan sumberdaya (atraksi, aksesibilitas, amenitas) pariwisata yang bertujuan untuk memberikan keuntungan optimal bagi pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan nilai kepuasan optimal bagi wisatawan dalam jangka panjang. Oleh sebab itu kalau yang ingin dikembangkan adalah infrastruktur pariwisata, maka ia harus memberikan keuntungan jangka panjang bagi semua pelaku wisata. Di sini kualitas jasa dan layanan yang dihasilkan dalam pengembangan tersebut harus terjamin supaya wisatawan yang menggunakannya dapat memperoleh kepuasan yang optimal. Kepuasan wisata tentu saja akan ditukarkan ke dalam bentuk keuntungan para pemangku kepentingan. Jadi pariwisata hanya dapat bertahan lama atau berkelanjutan jika ia memberikan kepuasan bagi wisatawan dalam jangka panjang dalam bentuk pengalaman yang

lengkap (*total experience*). Kepuasan inilah yang merupakan komoditas dan ditukarkan dalam bentuk keuntungan bagi pemangku kepentingan, (Damanik dan Weber, 2006: 26).

Waduk Situ Gede yang cenderung lebih dikenal dari aspek wisata, memiliki peluang untuk memberikan keuntungan bagi pemangku kepentingan antara lain Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tasikmalaya dan masyarakat sekitar yang menggantungkan hidupnya di kawasan wisata Situ Gede, apabila dikembangkan dengan perencanaan matang. Pengelolaan kawasan ini telah ditetapkan dalam bentuk peraturan Walikota Tasikmalaya No 9 tahun 2006 *tentang pemanfaatan Sumber Daya Alam Di Objek Daya Tarik Wisata Situ Gede*. Situ Gede terletak di Kelurahan Mangkubumi dan Kelurahan Linggajaya Kecamatan Mangkubumi, sekitar 2,5 sampai 3 km ke arah barat daya dari pusat Kota Tasikmalaya.

Kota Tasikmalaya sendiri memiliki luas  $\pm 17.156,20$  Ha yang secara geografis terletak antara  $109^{\circ}8'$  -  $109^{\circ}20'$  BT dan  $7^{\circ}26'$  -  $7^{\circ}36'$  LS di bagian tenggara wilayah Provinsi Jawa Barat. Jarak dari Ibukota Provinsi Jawa Barat (Bandung) adalah  $\pm 105$  Km. Secara administratif pemerintah, wilayah Kota Tasikmalaya meliputi 8 (delapan) wilayah kecamatan, yaitu Kecamatan Cipedes, Kecamatan Cihideung, Kecamatan Tawang, Kecamatan Tamansari, Kecamatan Mangkubumi, Kecamatan Kawalu, Kecamatan Indihiang, dan Kecamatan Cibeureum.

Berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi (RTRWP) Jawa Barat Tahun 2002-2010, Kota Tasikmalaya termasuk dalam kawasan andalan di Priangan Timur dan sekitarnya. Dalam kawasan andalan ini, Tasikmalaya

berperan sebagai Kota Pusat Kegiatan Wilayah (PKW). Dengan demikian kota ini menjadi kawasan perkotaan yang berfungsi untuk melayani kegiatan skala provinsi atau beberapa kabupaten/kota yang ada disekitarnya.

Seperti yang diutarakan diatas, bahwa Kota Tasikmalaya termasuk ke dalam salah satu kawasan andalan yang diarahkan menjadi pusat pengembangan wilayah dengan pemanfaatan sektor unggulannya. Mengingat keberadaan Kota Tasikmalaya dengan kelengkapan sarana dan prasarananya yang diproyeksikan untuk dapat dijadikan sebagai wilayah yang dapat memberikan pengaruh positif dalam perkembangan wilayah dipandang sangat strategis.

Wilayah Kota Tasikmalaya yang strategis akan sangat menunjang terhadap berbagai pemanfaatan sektor unggulan yang telah ada antara lain perdagangan dan industri. Sesuai dengan visi Kota Tasikmalaya yaitu: “Dengan berlandaskan iman dan takwa Kota Tasikmalaya menjadi pusat perdagangan dan industri termaju di Priangan Timur Tahun 2012.”

Dari sekian banyak sektor unggulan yang ada, salah satunya adalah industri pariwisata. Berikut ini adalah data potensi pariwisata, seni dan budaya Kota Tasikmalaya berdasarkan pendataan sampai dengan bulan juni tahun 2006:



**Tabel 1.1**  
**Data potensi pariwisata, seni, dan budaya Kota Tasikmalaya**

No.	Potensi Pariwisata Seni dan Budaya	Jumlah	Satuan
1	Hotel Bintang	2	Buah
2	Hotel Melati	30	Buah
3	Objek Daya Tarik Wisata	9	Tempat
4	Restoran	10	Tempat
5	Rumah Makan	107	Tempat
6	Bumi Perkemahan	2	Tempat
7	Objek Sejarah	4	Tempat
8	Benda Cagar Budaya	1	Tempat
9	Bioskop	3	Tempat
10	Rumah Billiard	3	Tempat
11	Mesin Ketangkasan	5	Tempat
12	Pemancingan	13	Tempat
13	Kolam Renang	6	Tempat
14	Usaha Perjalanan	4	Buah
15	Angkutan Wisata	2	Buah
16	Lemdik Pariwisata	1	Buah
17	Seniman	47	Orang
18	Organisasi Kesenian	44	Lingkungan Seni
19	Seni dan Budaya Unggulan	6	Jenis
20	Pramuwisata	3	Orang

Sumber: PEMKOT Tasikmalaya dalam [www.tasikmalayakota.go.id](http://www.tasikmalayakota.go.id)

Pada tabel 1.1 dapat dilihat betapa banyak potensi yang dimiliki oleh daerah Tasikmalaya. Salah satu diantaranya adalah kawasan wisata Situ Gede. Kawasan tersebut adalah sebagai objek wisata satu-satunya yang dikelola langsung oleh pemerintah Kota Tasikmalaya, berpotensi menjadi objek wisata andalan Kota Tasikmalaya yang dapat menarik banyak wisatawan sehingga menyediakan lapangan pekerjaan yang luas dan beragam serta menjadi sumber kehidupan bagi masyarakat setempat. Selain itu letak objek wisata Situ Gede yang strategis yang tidak jauh dari pusat Kota Tasikmalaya idealnya menjadi pemicu sehingga objek wisata ini mampu meningkatkan pendapatan daerah. Akan tetapi dari sekian banyak peluang yang dimiliki, kawasan Situ Gede belum optimal

memberikan kontribusi baik terhadap peningkatan pendapatan daerah maupun perekonomian masyarakat sekitar.

Dengan demikian perlu dilakukan penelitian agar diketahui potensi pariwisata dan kendala yang mungkin timbul dalam pengembangan objek wisata Situ Gede. Selain itu dengan dilakukan penelitian agar diketahui strategi pengembangan yang paling akurat untuk mengembangkan Situ Gede sebagai objek wisata andalan di Kota Tasikmalaya yang diharapkan dapat berdampak pada peningkatan pendapatan daerah.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dan untuk menghindari penafsiran yang luas, maka permasalahan penelitian ini diarahkan untuk menjawab beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah potensi kawasan Situ Gede ditinjau dari aspek Geografi Pariwisata?
2. Apakah yang menjadi kendala dalam pengembangan objek wisata Situ Gede sebagai daya tarik wisata?
3. Bagaimanakah strategi pengembangan wisata Situ Gede sehingga dapat menjadi objek wisata andalan Kota Tasikmalaya?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun penelitian yang dilakukan ini dimaksudkan untuk:

1. Mengidentifikasi potensi kawasan Situ Gede secara Geografi Pariwisata.
2. Menganalisis kendala pengembangan objek wisata alam Situ Gede.
3. Membuat strategi pengembangan objek wisata alam Situ Gede

#### **D. Manfaat Penelitian**

Setelah penelitian ini selesai dilaksanakan, maka diharapkan memberikan nilai guna, di antaranya yaitu:

1. Diperoleh data potensi kawasan Situ Gede yang ditinjau dari aspek Geografi Pariwisata.
2. Diketahui kendala pengembangan objek wisata alam Situ Gede.
3. Menghasilkan strategi pengembangan objek wisata alam Situ Gede.
4. Sebagai pendalaman teori wisata yang sebelumnya telah dipelajari.
5. Memberikan sumbangan pemikiran untuk pendidikan khususnya kepariwisataan dengan mengkaji masalah pariwisata melalui penerapan disiplin ilmu geografi.
6. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah daerah terutama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pengambilan kebijakan pengembangan objek wisata alam Situ Gede.
7. Menjadi sumber data bagi rekan mahasiswa yang akan melakukan penelitian pada objek yang berkaitan.

#### **E. Definisi Operasional**

Penelitian ini diberi judul “Pengembangan Kawasan Situ Gede sebagai Objek Wisata Andalan Kota Tasikmalaya”. Supaya menghindari kesalahan penafsiran, maka perlu dijelaskan beberapa definisi yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu:



## 1. Kawasan Situ Gede

Kawasan menurut Darsoprajitno (2002:128) merupakan “Suatu daerah tertentu yang memiliki ciri dan fungsi khusus.” “Situ” atau dalam Bahasa Indonesia “danau” adalah cekungan dipermukaan bumi yang berisi air. Sedangkan Kawasan Situ Gede merupakan kawasan wisata alam dengan objek wisata utamanya yaitu Situ. Di sekitar Situ tersebut terdapat pemukiman penduduk yang tidak sedikit diantara penduduknya menggantungkan hidup pada objek wisata Situ Gede.

## 2. Potensi Wisata

Potensi adalah daya, kekuatan, kekuasaan, kemampuan yang belum diaktualkan. Potensi wisata adalah sumberdaya untuk dikembangkan yang terdapat di daerah tujuan wisata, meliputi potensi fisik dan potensi sosial yang merupakan daya tarik agar wisatawan mau berkunjung ke daerah tujuan wisata, Marioti (Yoeti, 1996: 172).

Dalam penelitian ini yang dimaksud Potensi wisata terbagi ke dalam beberapa macam yaitu:

- a. Potensi alam : Wisata yang memanfaatkan unsur-unsur alam (seperti situ, gunung, hutan, dsb) sebagai daya tarik wisata (*natural enimities*)
- b. Potensi budaya : Wisata yang memanfaatkan hasil karya manusia baik berupa benda maupun aktivitas manusia (*adat istiadat*)
- c. Potensi masyarakat : partisipasi masyarakat/ penduduk yang menunjang pariwisata.

## 3. Kendala Pengembangan Pariwisata

“Pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak (Yoeti,

2008: 77). Adapun yang dimaksud dengan kendala pengembangan pariwisata dalam penelitian ini adalah hambatan-hambatan yang mengganggu terhadap pembangunan daerah tujuan wisata.

#### **4. Strategi Pengembangan Pariwisata**

“Pengembangan adalah cara, proses perbuatan untuk mengembangkan” (Nurussalam, 2009: 16). Kaitannya dengan penelitian ini strategi pengembangan pariwisata merupakan kegiatan atau upaya yang terkoordinasi yang dapat digunakan untuk pembangunan kawasan wisata sehingga memberikan dampak positif, antara lain menciptakan lapangan kerja seluas-luasnya dan meningkatkan perekonomian daerah.

