

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pariwisata menjadi salah satu andalan Indonesia dalam meningkatkan perekonomian negara. Dalam mendukung pembangunan ekonomi suatu wilayah, sektor pariwisata memiliki andil yang sangat besar. Dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang ada dengan sebaik-baiknya maka suatu daerah dapat menarik para wisatawan baik yang ada di dalam negeri maupun wisatawan asing untuk datang dan berwisata di daerahnya. Indonesia yang merupakan negara kepulauan dengan iklim tropis memiliki keindahan alam yang sangat beragam begitupula dengan kekayaan budaya dan sejarahnya. Potensi pariwisata dapat dibedakan menjadi wisata alam, wisata buatan dan wisata budaya. Menurut (Khuntia dan Misra, 2016) Pariwisata juga menjadikan rangkaian potensi wisata menjadi sektor yang kontributif terhadap ekonomi, perkembangan budaya, dan sektor pencaharian masyarakat sekitar wisata.

Pariwisata berperan dalam melestarikan alam, memajukan kebudayaan, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, serta kepariwisataan juga bertujuan untuk menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Hal tersebut sesuai dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang menggantikan Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990. Secara regulatif, Undang-undang tersebut bertujuan untuk mendorong usaha kecil dan menengah agar dapat membantu terciptanya *Sustainable Tourism Industry*. Undang-undang sebelumnya belum mampu mengatasi permasalahan ataupun menjawab tantangan mengenai pariwisata Indonesia. Selain itu, wisata merupakan sebuah tren dengan konteks *traveling* sebagai salah satu kebutuhan manusia dalam masa modern sebagai gaya hidup atau kehidupan sosial (Salimov, 2018)

Kota Bekasi merupakan sebuah pemekaran kotamadya yang berdiri sendiri pada tahun 1999. Dalam pembagian wilayah administrasinya, Kota

Bekasi terbagi menjadi 12 kecamatan yang berbatasan langsung dengan wilayah utara dengan Kabupaten Bekasi, wilayah selatan dengan Kabupaten Bogor, wilayah timur dengan Kabupaten Bekasi, dan wilayah barat dengan DKI Jakarta (BPS Kota Bekasi, 2021). Hasil pemekaran dari Kota Bekasi menjadikan Kota Bekasi tidak memiliki batas alam seperti pantai, gunung, dan luasan perkebunan yang dapat dijadikan sebagai objek wisata alam. Dengan ini, Kota Bekasi dikenal sebagai kota dengan pemanfaatan industri dan metropolitan yang besar dan dijuluki sebagai “*side of Jakarta*” karena industrinya yang menguasai sektor perdagangan di Indonesia.

Sektor pariwisata di Kota Bekasi praktis kurang berkembang, lantaran pemanfaatan pariwisata di Kota Bekasi tidak dapat dimaksimalkan karena untuk dijadikan objek wisata alam Kota Bekasi tidak memiliki sumber dayanya. Kota Bekasi dikembangkan wisata buatan dan rekreasi lantaran sebagai pemenuhan keperluan di bagian pariwisata bagi warga Kota Bekasi karena padatnya aktifitas dan kebutuhan wisata setelah padat kegiatan dalam bekerja maupun bersekolah. Kota Bekasi memiliki beberapa objek wisata buatan dan rekreasi seperti Harapan Indah Waterpark dan Trans Snow Juanda yang dapat digunakan sebagai alternatif dalam perkembangan sektor wisata buatan. Pertumbuhan sektor pariwisata dapat dilihat dari perkembangan wisatawan yang berkunjung, perkembangan hotel/penginapan dan perkembangan fasilitas akomodasi lainnya. Menurut (Sugiarto, 2016) Daya tarik wisata tidak terlepas dari kontribusi dari keunikan tempat, atraksi, keindahan, dan kemudahan dalam aksesibilitas dalam mengakses lokasi wisata yang akan menarik minat wisatawan berkunjung.

Usaha memaksimalkan potensi dari sektor pariwisata di Kota Bekasi dengan fasilitas yang mumpuni terhadap sektor perhotelan dan *food and beverages* dengan antara lain adalah restoran bintang 5 yang tersertifikasi sertifikat *micheline* dan hotel bintang 5 yang terdiri di Kota Bekasi dapat dimanfaatkan sebagai fasilitas pendukung untuk tempat tinggal wisatawan yang akan berkunjung di Kota Bekasi. Aksesibilitas menuju Kota Bekasi juga sudah mumpuni dengan adanya stasiun kereta api dan dekatnya dengan akses bandara Halim Perdanakusuma dan berbagai akses kereta laying (LRT) dan proyek

kereta cepat Jakarta-Bandung akan menjadikan Kota Bekasi salah satu kota yang akan dikunjungi oleh banyaknya wisatawan yang akan berkunjung nantinya. Pembangunan moda transportasi LRT cepat Jakarta-Bandung memiliki *grand design* sebagai percepatan perpindahan mobilitas manusia dalam kegiatan yang mencakup Jakarta-Bandung (Widyastuti, et, al., 2019). Dalam perencanaannya rute perjalanan akan melintasi Kota Bekasi dengan area stasiun Bekasi Timur yang merupakan bagian dari tengah Kota Bekasi. Sehingga dalam orientasi wisata, akan lebih banyak pengunjung yang transit atau dengan destinasi Kota Bekasi sebagai tujuan perjalanannya termasuk dalam segi wisata yang dilakukan oleh wisatawan dengan daya tarik wisata buatan dan rekreasi yang dikembangkan di Kota Bekasi.

Berkaca terhadap negara Singapura dengan perkembangan wisata rekreasi buatanya, Kota Bekasi memiliki potensi terhadap dikembangkannya wisata buatan dan rekreasi yang dapat dimaksimalkan untuk dikunjungi berbagai wisatawan dari daerah luar maupun mancanegara. Maka dari itu, perkembangan potensi wisata buatan di Kota Bekasi perlu dikaji untuk mendapatkan profil dan pemanfaatan lokasi di Kota Bekasi sebagai Kota dengan wisata buatan dan rekreasi yang populer dan bergengsi di kemudian hari. Dengan pencapaian dari tujuan tersebut sesuai dengan visi misi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bekasi dalam mencapai tujuan wisata Kota Bekasi dengan mengembangkan potensi wisata di Kota Bekasi sesuai dengan profil Kota Bekasi (Dinparbud Kota Bekasi, 2019). Selain itu, penelitian mengenai wisata buatan dan rekreasi di Kota Bekasi belum ada kajiannya. Sehingga penilitan ini merupakan *pioneer* peneilitan mengenai wisata buatan dan rekreasi di Kota Bekasi dengan harapan menjadi peneilitan pembuka dari perkembangan wisata buatan dan rekreasi di Kota Bekasi.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disebutkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana analisis profil wisata buatan dan rekreasi Kota Bekasi?
2. Bagaimana bentuk wisata buatan dan rekreasi di Kota Bekasi dapat dijelaskan dalam bentuk tabel deskriptif?
3. Bagaimana wisata buatan dan rekreasi yang sudah ada di Kota Bekasi dapat dikembangkan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Menganalisis profil wisata buatan dan rekreasi di Kota Bekasi.
2. Mengetahui peluang dan hambatan terhadap wisata buatan dan rekreasi di Kota Bekasi.
3. Menemukan alternatif solusi terhadap tantangan perkembangan wisata buatan dan rekreasi di Kota Bekasi.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Secara teoritis penelitian ini dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya untuk mendapati *update* terhadap analisis wisata buatan dan rekreasi di Kota Bekasi.
2. Secara praktis penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan pemerintah dan instansi setempat sebagai suara dan gagasan adanya analisis wisata buatan dan rekreasi di Kota Bekasi. Selain itu secara praktis penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran pihak ketiga sebagai *developer* wisata sebagai acuan jika di Kota Bekasi dapat dikembangkan wisata buatan dan rekreasi berdasarkan ide dari hasil penelitian ini.

## 1.5 Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya

### 1.5.1 Telaah Pustaka

#### A. Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara lain. Kegiatan tersebut menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah dan atau masyarakat, agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.

Pariwisata dilakukan oleh wisatawan pecinta alam yang menginginkan di daerah tujuan wisata tetap utuh dan lestari, di samping budaya dan kesejahteraan masyarakatnya tetap terjaga. Namun dalam perkembangannya ternyata bentuk pariwisata ini berkembang karena banyak digemari oleh wisatawan. Pengertian tentang pariwisata mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Namun, pada hakekatnya, pengertian pariwisata adalah suatu bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami (*natural area*), memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat. Atas dasar pengertian ini, bentuk pariwisata pada dasarnya merupakan bentuk gerakan konservasi yang dilakukan oleh penduduk dunia. *Eco-traveler* ini pada hakekatnya konservasionis.

Sektor pariwisata di Indonesia masih menduduki peranan yang sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional sekaligus merupakan salah satu faktor yang sangat strategis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan devisa negara. Pariwisata lebih populer dan banyak dipergunakan dibanding dengan terjemahan yang seharusnya dari istilah *tourism*, yaitu turisme, Terjemahan yang seharusnya dari *tourism* adalah wisata. Yoeti (1996) membuat terjemahan *tourism* dengan turisme. Di dalam tulisan ini dipergunakan istilah pariwisata yang banyak digunakan oleh para rimbawan,

mempergunakan istilah pariwisata untuk menggambarkan adanya bentuk wisata yang baru muncul pada dekade delapan puluhan.

## **B. Manfaat Pariwisata**

Pariwisata memiliki keterkaitan dengan manfaat dan tujuan dengan maksud menyengangkan individu atau kelompok sebagaimana dalam perjalanan wisatanya dengan berbagai kepentingan (Edward, 2018). Beberapa manfaat dalam pariwisata antara lain sebagai berikut :

### 1) Manfaat Kepariwisataan dari Segi Politik

Pilar dalam berkembangnya sektor wisata di Indonesia salah satu indikator pemberatnya adalah dari bidang politik. Bidang pariwisata dapat digunakan dalam menjaga hubungan internasional dengan baik yaitu dalam pengembangan pariwisata dalam mancanegara, misalnya terjadinya kunjungan antar bangsa sebagai wisatawan seperti halnya dalam pariwisata nusantara. Investasi dan pengenalan secara internasional dengan pengaruh politik yang baik akan menjadikan sektor pariwisata lebih dikenal dan lebih dapat respon yang sangat positif bagi perkembangan wisata suatu negara.

### 2) Manfaat Kepariwisataan dari Segi Nilai Pergaulan dan Pengetahuan

Manfaat pariwisata yang kita dapat dari segi nilai pergaulan adalah kita menjadi lebih banyak mempunyai teman dari berbagai Negara dan kita bisa mengetahui kebiasaan orang yang dari masing-masing Negara tersebut sehingga kita bisa mempelajari bagaimana kebiasaan yang baik di masing-masing nagara. Selain itu kita juga mendapat manfaat ilmu pengetahuan dari pariwisata karena dengan mempelajari pariwisata kita juga bisa tahu dimana letak dan keunggulan sebuah objek wisata sehingga kita bisa mempelajari mengapa sebuah objek wisata tersebut bisa maju dan bisa menerapkan di daerah objek wisata daerah kita yang belum berkembang dengan baik.

### 3) Manfaat Kepariwisataan dari Segi Ekonomi

Pendapatan daerah dan negara salah satu yang terbesar adalah dari sektor ekonomi melalui wisata. Indonesia daerah penghasil devisa negara tertinggi adalah Provinsi Bali dan Provinsi Daerah Istimewa

Yogyakarta. Maka peran vital sektor pariwisata sangat berperan penting dalam meningkatkan pendapatan bruto negara dan devisa dari wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal. Dengan teradaptasinya sektor pariwisata terhadap pendapatan ekonomi wilayah atau negara maka kegiatan wisata daerah harus dikendalikan oleh baik dan alurnya diperjelas agar dapat meningkatkan ekonomi dan devisa negara dengan bijak.

#### 4) Kepariwisataan dari Segi Peluang dan Kesempatan Kerja

Peluang terciptanya kesempatan kerja sangat memungkinkan di daerah pariwisata. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan usaha kerajinan lokal sangat berdampak dengan adanya daerah wisata di lingkup mata pencahariannya. Menciptakan berbagai macam kesempatan kerja, serta mendirikan berbagai macam usaha yang bisa mendukung objek pariwisata menjadi lebih baik dan juga menarik.

#### 5) Manfaat Kepariwisataan dari Segi Budaya

Budaya dan Pariwisata merupakan dua hal yang tidak terpisahkan. Bali dan Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan dua daerah di Indonesia yang nilai kultur dan daerah wisatanya terfavorit serta terunggul di Indonesia. Kedua nilai ini sangat berperan penting dalam kultur pengembangan potensi wisata di Indonesia. Dengan adanya pariwisata dapat membawa pemahaman dan pengertian antar budaya melalui interaksi antara pengunjung wisata dengan masyarakat lokal tempat daerah wisata tersebut berada. Adanya interaksi tersebut maka wisatawan dapat lebih mengenal dan menghargai budaya serta latar belakang kearifan lokal yang ada pada daerah setempat.

#### 6) Manfaat Kepariwisataan dari Segi Lingkungan Hidup

Pariwisata juga mendatangkan manfaat bagi lingkungan hidup karena sebuah objek wisata apabila ingin banyak mendapatkan kunjungan dari wisatawan haruslah terjaga kebersihannya sehingga kita menjadi terbiasa untuk merawat dan menjaga lingkungan kita agar selalu terjaga kebersihannya. Kelestarian hutannya masih tetap terjaga dengan baik. Pada dasarnya masyarakat lokal telah sadar terhadap

perlunya pelestarian hutan, karena kawasan hutan yang dimaksud merupakan daerah resapan air yang bisa dipergunakan untuk kepentingan hidupnya maupun makhluk hidup yang lainnya serta untuk keperluan persawahan.

### **C. Obyek Pariwisata**

Definisi ini memberi penegasan bahwa aspek yang terkait tidak hanya bisnis seperti halnya bentuk pariwisata lainnya, tetapi lebih dekat dengan pariwisata minat khusus, *alternatife tourism* atau *special interest tourism* dengan obyek dan daya tarik wisata alam. Menurut Pendit (1994), ada beberapa jenis obyek pariwisata yang sudah dikenal, antara lain:

#### **1. Wisata Industri**

Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian, dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.

#### **2. Wisata Budaya**

Perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.

#### **3. Wisata Komersial**

Perjalanan untuk mengunjungi pameranpameran dan pecan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.

#### **4. Wisata Olahraga**

Wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau Negara.



#### 5. Wisata Kesehatan

Perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.

#### 6. Wisata Cagar Alam

Jenis wisata yang biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

#### 7. Wisata Bahari

Wisata yang banyak dikaitkan dengan danau, pantai atau laut.

#### 8. Wisata Bulan Madu

Penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalan.

Ditambahkan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, terdapat wisata hasil buatan manusia dengan daya tarik wisata khusus yang merupakan kreasi artifisial dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar wisata alam dan budaya. Daya tarik wisata buatan manusia ini meliputi fasilitas rekreasi dan hiburan atau taman bertema, fasilitas peristirahatan terpadu, serta fasilitas rekreasi dan olahraga.

### **D. Pelaku Pariwisata**

Manfaat dari objek daya tarik wisata alam dapat dicapai melalui pengelolaan dan pengusahaan yang benar dan tekoordinasi. Pengembangan pariwisata sangat ditentukan peran dari masing-masing pelaku sektor pariwisata seperti industri pariwisata, masyarakat lokal, wisatawan, pemerintah dan instansi akademisi. Menurut suhandi dalam Salim (2010:26) para pelaku

pariwisata mempunyai peran dan karakter tersendiri dalam yaitu sebagai berikut:

- A. Masyarakat lokal perlu dilibatkan dalam perencanaan, penerapan, pengawasan dan pembangunan ekowisata.
- B. Industri pariwisata yang mengoperasikan ekowisata merupakan industri pariwisata yang peduli terhadap pentingnya pelestarian alam dan keberlanjutan pariwisata serta mempromosikan dan menjual program wisata yang berhubungan dengan flora, fauna dan alam.
- C. Wisatawan yang berkunjung ke objek daya tarik wisata merupakan wisatawan yang peduli terhadap lingkungan.
- D. Akademisi bertugas untuk mengkaji tentang pengertian ekowisata dan mengadakan penelitian untuk mengkaji apakah prinsip-prinsip 15 yang dituangkan dalam pengertian ekowisata sudah diterapkan dalam prakteknya.
- E. Pemerintah juga berperan penting dalam pembuatan peraturan-peraturan yang mengatur tentang pembangunan fasilitas ekowisata agar tidak terjadi eksploitasi terhadap lingkungan yang berlebihan.

### **E. Daya Tarik Pariwisata**

Daya tarik wisata disebut objek wisata karena merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Potensi daya tarik wisata diartikan sebagai segala sumber daya alam, budaya dan buatan manusia yang seluruhnya dapat berpotensi untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata (Pujaastawa & Ariana, 2015). Menurut Suwantoro dalam bukunya *Dasar-dasar Pariwisata* (1997:19) mengatakan bahwa objek dan daya tarik wisata dikelompokkan atas :

1. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata dikelompokkan ke dalam pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam, pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya, pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus.

2. Objek wisata alam mempunyai daya tarik karena keindahan alam, pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan dan sebagainya.
3. Umumnya daya tarik suatu objek wisata berdasar pada:
  - a. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
  - b. Adanya sumberdaya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
  - c. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
  - d. Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka.
4. Objek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.
  - a. Pembangunan suatu objek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang memiliki objek tersebut dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan.

#### 5. Kelayakan Finansial

Studi kelayakan ini menyangkut perhitungan secara komersial dari pembangunan objek wisata tersebut:

##### 1. Layak Teknis

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

## 2. Kelayakan Sosial Ekonomi Regional

Studi kelayakan ini dilakukan untuk melihat apakah investasi yang ditanamkan untuk membangun suatu objek wisata juga akan memiliki dampak sosial ekonomi secara regional, dapat menciptakan lapangan pekerjaan, dapat meningkatkan devisa dan sebagainya.

## 3. Layak Lingkungan

Analisis dampak lingkungan dapat dipergunakan sebagai acuan kegiatan pembangunan suatu objek wisata. Pembangunan objek wisata yang mengakibatkan rusaknya lingkungan harus dihentikan pembangunannya. Pembangunan objek wisata buaknlah untuk merusak lingkungan tetapi sekedar memanfaatkan sumber daya alam untuk kebaikan manusia dan untukmeningkatkan kualitas hidup manusia sehingga menjadi keseimbangan, keselarasan dan keserasian (Suwantoro, 1997:20).

## **F. Sarana Pariwisata**

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu selera pasar pun dapat menentukan tuntutan sarana yang dimaksud. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata adalah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun obyek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Sarana wisata secara kuantitatif merujuk pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan, dan secara kuantitatif yang

menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan.

Kriteria dan standar minimal yang harus ada di daerah tujuan wisata terdiri dari:

**Tabel 1.1 Kriteria dan standar minimal sarana prasarana daerah wisata**

NO	Kriteria	Standar Minimal
1	Obyek	Salah satu dari unsur alam, sosial, dan budaya
2	Fasilitas	Agen perjalanan, pusat informasi, fasilitas kesehatan, pemadam kebakaran, hydrant, TIC ( <i>Tourism Information Center</i> ), <i>guiding</i> (pemandu wisata), plang informasi, petugas <i>entry dan exit</i>
3	Akomodasi	Pelayanan penginapan (hotel, wisma, losmen)
4	Akses	Jalan, kemudahan rute, tempat parkir, dan harga parkir yang terjangkau
5	Transportasi	Adanya moda transportasi yang nyaman sebagai akses masuk
6	Kesehatan	Pelayanan kesehatan
7	Aktifitas Rekreasi	Aktifitas di lokasi wisata seperti berenang, jalan-jalan, dan lain-lain
8	Komunikasi	Adanya TV, sinyal telepon, akses internet, penjual <i>voucher</i> pulsa.

NO	Kriteria	Standar Minimal
9	Keamanan	Adanya jaminan keamanan
10	<i>Catering service</i>	Pelayanan makanan dan minuman (restoran, kantin, rumah makan)
11	Pembelanjaan	Tempat pembelian barang-barang umum
12	Sarana Ibadah	Fasilitas sarana ibadah
13	Sistem Perbankan	Adanya bank dan ATM
14	Kebersihan	Adanya tempat sampah dan rambu-rambu peringatan tentang kebersihan
15	Promosi	Media promosi seperti pamphlet, baliho, media sosial

Sumber: Kreck dalam Yoeti, 1996.

## G. Storymaps

*Story maps* atau *digital maps*, merupakan multimedia digital mengenai penyebarluasan informasi bermedia peta dinamis interaktif yang dibuat dengan informasi pendukung, seperti beberapa cerita, baik dalam bentuk teks ataupun gambar, audio maupun video sehingga peta yang ditampilkan akan lebih informatif. Menurut Garth (2019) dalam jurnalnya yang berjudul *Digital Story Map Learning for STEM Disciplines*, mengatakan bahwa dalam era teknologi modern saat ini segala sesuatu yang *digital* diperlukan untuk menyebarkan segala sesuatu secara masif. Pengembangan *story maps* ini harus memiliki fungsi-fungsi yang mendukung kedinamisan dan keinteraktifan. Perkembangan *story maps* begitu pesat, terdapat berbagai fungsi dari perangkat lunak ini, yaitu berbagai informasi dengan cerita mulai dari hal teknis sampai pada hal yang sifatnya humanis.

*Storymaps* menyediakan berbagai template peta, yaitu *map tour*, *cascade*, *map journal*, *map series*, *shortlist*, *swipe/spyglass*, dan *basic*. Setiap template memiliki tampilan yang berbeda-beda, disesuaikan dengan peta dan informasi yang akan ditampilkan. Terdapat beberapa template yang dipilih dalam menampilkan hasil peta pariwisata dalam penelitian ini, yaitu *map tour*, *cascade*, *map journal*, dan *shortlist*.

Pengguna dapat menyajikan peta dengan berbagai pilihan *basemap* yang diinginkan. *Storymaps* menyediakan berbagai macam *basemap* yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan, misalnya *magery*, *imagery with labels*, *streets*, *topographic*, *open street map*, *national geographic*, *terrain with labels*, *oceans*, *dark grey canvas*, dan *light gray canvas*. *Story maps* merupakan metode tingkat lanjut untuk menyampaikan isi pesan kepada pengguna secara langsung dengan berbasis geospasial. *Story maps* berisi tentang cerita yang di dalamnya terdapat peta (informasi geospasial) atau data geospasial dan perjalanan narasi cerita yang dibuat untuk mengelola informasi, menyampaikan masalah, menyebarkan pengetahuan, dan sebagainya. Peta dapat digunakan sebagai media agar tersampainya informasi geospasial mengenai dunia nyata. Peta memiliki kemampuan untuk menceritakan perjalanan cerita dalam dunia nyata, hubungan objek di dunia nyata sepanjang waktu (Marta dan Osso, 2015).

*Digital maps*, termasuk *Google storymaps*, mengembangkan *website application* berbasis online dengan media analisis *Google Earth*. Untuk pembuatan *storymaps* melalui *Google Earth* memerlukan peta interaktif yang mengombinasikan data, lokasi, dan creator untuk membuat desain peta yang sangat menarik untuk disebarluaskan. Peta dapat diperkaya dengan memanfaatkan berbagai media dan narasi cerita untuk menyajikan informasi secara interaktif. Subjek yang dapat digunakan dalam membuat *storymaps* adalah dengan menggambar tanda letak, garis dan bentuk, menambahkan informasi kontekstual yang lengkap ke tempat yang akan dituju (teks, tautan, gambar, video, tampilan 3D, dan Street View), dan mengatur proyek *storymaps* menjadi alur naratif .

*Google earth story maps* merupakan fitur yang memudahkan kreator untuk berkreasi terhadap proyek yang dibuatnya untuk disebarluaskan secara *worldwide*. Kreator proyek dapat menyebarkan hasil kreasi yang dibuatnya secara individu atau berkolaborasi dengan kreator lainnya. Hasil yang akan tersaji dalam *google earth story maps* berupa tampilan visual perjalanan kreasi dari kreator dalam suatu proyek yang dihasilkan. Proyek yang dihasilkan dapat disebar melalui *link* yang dapat diakses oleh pembaca secara gratis. Dalam mode presentasi, pembaca akan dimudahkan dengan fitur perpindahan objek yang sangat memanjakan mata dari satu tempat ke tempat lainnya melalui citra *google earth*.

### 1.5.2 Penelitian Sebelumnya

**Kindy, Arief, Awaluddin (2015)** dalam penelitiannya berjudul “Aplikasi Peta Interaktif Kabupaten Banyumas Berbasis *Flash* sebagai Media Promosi Pariwisata” menjelaskan bahwa Kabupaten Banyumas memiliki potensial pariwisata yang sangat mumpuni. Namun dari berbagai macam jenis wisata yang dapat dikunjungi di Kabupaten Banyumas hanya beberapa yang sudah diketahui secara public. Masih banyak tempat tempat yang bagus namun hanya beberapa akses yang dapat mengunjungi tempat tersebut, seperti kerabat daerah lokal atau melalui media promosi mulut ke mulut.

Kindy dan kelompoknya berinisiatif untuk melakukan promosi daerah wisata Kabupaten Banyumas dengan cara digital. Mereka berinisiatif membuat Peta Pariwisata dengan metode *Flash* dan dijadikan aplikasi Peta Interaktif Kabupaten Banyumas. Hal yang mereka lakukan adalah melakukan survei lapangan terhadap lokasi daerah wisata dengan membuat tabel *checklist* penelitian. Selanjutnya data yang mereka dapat mereka olah secara digital sehingga menjadikan rangkaian halaman halaman digital. Lalu mereka integrasikan dengan metode *flash* untuk menjadikan Peta Interaktif Kabupaten Banyumas dapat dibuat menjadi aplikasi yang dapat diunduh melalui *Playstore Android*.



**Alamsyah, Asna (2013)** dalam penelitiannya yang berjudul “Potensi Ekowisata dan Strategi Pengembangan Tahura Nipa-Nipa, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara” menjelaskan mengenai potensialnya kawasan Tahura Nipa-Nipa sebagai tempat panorama alam dengan kekayaan flora dan faunanya. Semua data yang didapat didokumentasikan dalam bentuk digital dan disebarakan melalui sosial media *Instagram* dan *website* yang mereka buat sendiri. Selain itu mereka mengembangkan strategi pengembangan ekowisata dengan melibatkan masyarakat lokal untuk mengembangkan daerahnya. Hasil yang mereka dapat melalui analisis deskriptif dari wilayah Tahura Nipa-Nipa adalah pengembangan ekowisata desa tersebut yang terintegrasikan dengan media sosial sehingga dapat semakin dikenal dan terekspos dengan baik.

**Ayu, Karlina (2019)** dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam di Kabupaten Aceh Jaya” menjelaskan bahwa Kabupaten Aceh Jaya memiliki potensi pengembangan wisata alam yang besar berdasarkan wisata alamnya yang melimpah dan belum terjamah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan hasil akhir berupa tabel wisata yang potensial di Kabupaten Aceh Jaya untuk dikembangkan menjadi wisata alam yang terintegrasi dengan baik dari fasilitas dan penunjang wisata alamnya seperti akses jalan yang baik menuju ke berbagai wisata alam yang ada.

**Arifiana, Riska (2016)** dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Potensi Dan Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Di Kota Semarang” menjelaskan bahwa Kota Semarang dalam potensi daya tarik wisata pantainya cukup diminati karena lokasinya yang berada di pantai utara pulau Jawa. Namun, dalam aksesibilitas menuju kesananya cukup sulit karena jalan yang ada jika terjadi banjir rob maupun lainnya akan tergenang. Maka dari itu dari analisis SWOT yang dilakukan sebagai metode penelitian dihasilkan prioritas pengembangan daya tarik wisata pantai di Kota Semarang adalah membangun aksesibilitas jalan yang lebih memadai untuk dilewati.

**Yenni (2016)** dalam penelitiannya yang berjudul “Pemanfaatan *Storymap* dalam Pembuatan Peta Interaktif di Bidang Pariwisata Kabupaten Magelang” menjelaskan bahwa Kabupaten Magelang memiliki potensi wisata yang cukup

tinggi. Berbagai macam wisata di Kabupaten Magelang dari wisata alam hingga wisata budaya. Bahkan salah satu wisata di Kabupaten Magelang, yaitu Candi Borobudur merupakan salah satu wisata yang pernah masuk ke dalam 7 Keajaiban Dunia versi UNESCO. Pada penelitiannya, metode yang digunakan adalah pembuatan *storymaps* pariwisata Kabupaten Magelang dengan *Platform Storymaps*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah peta interaktif pariwisata Kabupaten Magelang dengan *platform storymaps*.

Tabel 1.2 Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
1	Kindy Ibrahim Hari, Arief Laila Nugraha, dan Moehammad Awaluddin (2015)	Aplikasi Peta Interaktif Kabupaten Banyumas Berbasis <i>Flash</i> sebagai Media Promosi Pariwisata	Pembuatan Peta Interaktif Kabupaten Banyumas dengan integrasi melalui promo media sosial	Angket atau <i>checklist</i> (Kualitatif)	Aplikasi Peta Interaktif Kabupaten Banyumas berbasis <i>flash</i> .
2	Alamsyah Flamin, Asnaryati (2013)	Potensi Ekowisata dan Strategi Pengembangan Tahura Nipa-Nipa, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Potensi objek wisata Kawasan Tahura</li> <li>- Pengembangan alternatif ekowisata Kawasan Tahura</li> <li>- Strategi optimal memaksimalkan potensi flora dan fauna Tahura</li> </ul>	Analisis Deskriptif Pengembangan Wisata dengan metode pemetaan digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peta Ekowisata Tahura Nipa-Nipa.</li> <li>- <i>checklist</i> data dari persebaran flora dan fauna serta fenomena alam di Tahura Nipa-Nipa.</li> </ul>
3	Ayu Karlina (2019)	Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam di Kabupaten Aceh Jaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengetahui strategi pengembangan potensi wisata alam Kabupaten Aceh Jaya</li> <li>- Mengetahui peluang dan tantangan mengembangkan</li> </ul>	Metode Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analisis strategi wisata alam Kabupaten Aceh Jaya</li> <li>- Tabel data wisata alam potensial di Aceh Jaya sebagai Acuan dalam</li> </ul>

No	Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
			potensi wisata alam Kabupaten Aceh Jaya		pengembangan potensi alam di Kabupaten Aceh Jaya
4	Riska Dian Arifiana (2016)	Analisis Potensi Dan Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Di Kota Semarang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan analisis SWOT terhadap potensi wisata dan pengembangannya di Kota Semarang</li> <li>- Melakukan skoring terhadap penilaian daya tarik wisata pantai di Kota Semarang</li> </ul>	Analisis SWOT	Prioritas pengembangan daya tarik yang sangat potensial dan faktor akses mempengaruhi minat wisatawan
5	Yenni Lissa Anggraeni (2019)	Pemanfaatan <i>storymap</i> dalam Pembuatan Peta Interaktif di Bidang Pariwisata Kabupaten Magelang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyusun basisdata spasial dan memetakan pariwisata di Kabupaten Magelang</li> <li>- Membuat peta interaktif pariwisata di Kabupaten Magelang berbasis web dengan memanfaatkan <i>storymaps</i></li> </ul>	<i>Storymaps</i> , survei lapangan dan wawancara	Peta Pariwisata Kabupaten Magelang dan Peta Interaktif Pariwisata Kabupaten Magelang dengan <i>Platform Storymaps</i>

No	Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
			- Mendesiminasikan peta interaktif pariwisata berbasis <i>web</i> di Kabupaten Magelang dengan memanfaatkan media sosial		

## 1.6 Kerangka Penelitian

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata mendefinisikan bahwa pariwisata merupakan tonggak secara langsung terhadap pemanfaatan *landscape* suatu daerah untuk menunjang perekonomian dan pengenalan eksotisme daerah tersebut. Termasuk dalam kategori wisata buatan maupun rekreasi merupakan alternatif dalam rencana pembuatan areal wisata untuk daerah yang tidak memiliki kondisi alam dan geografis sebagai penunjang daerah wisata. Kecakapan pembuatan area wisata buatan memerlukan biaya yang cukup besar jika dibandingkan dengan pemanfaatan kondisi alam yang dimiliki suatu daerah. Salah satu contoh di Indonesia dengan wisata buatan dan rekreasi yang berhasil adalah Dunia Fantasi di Jakarta, Jatim Park di Kota Batu, dan Trans Studio di Bandung dan Makassar.

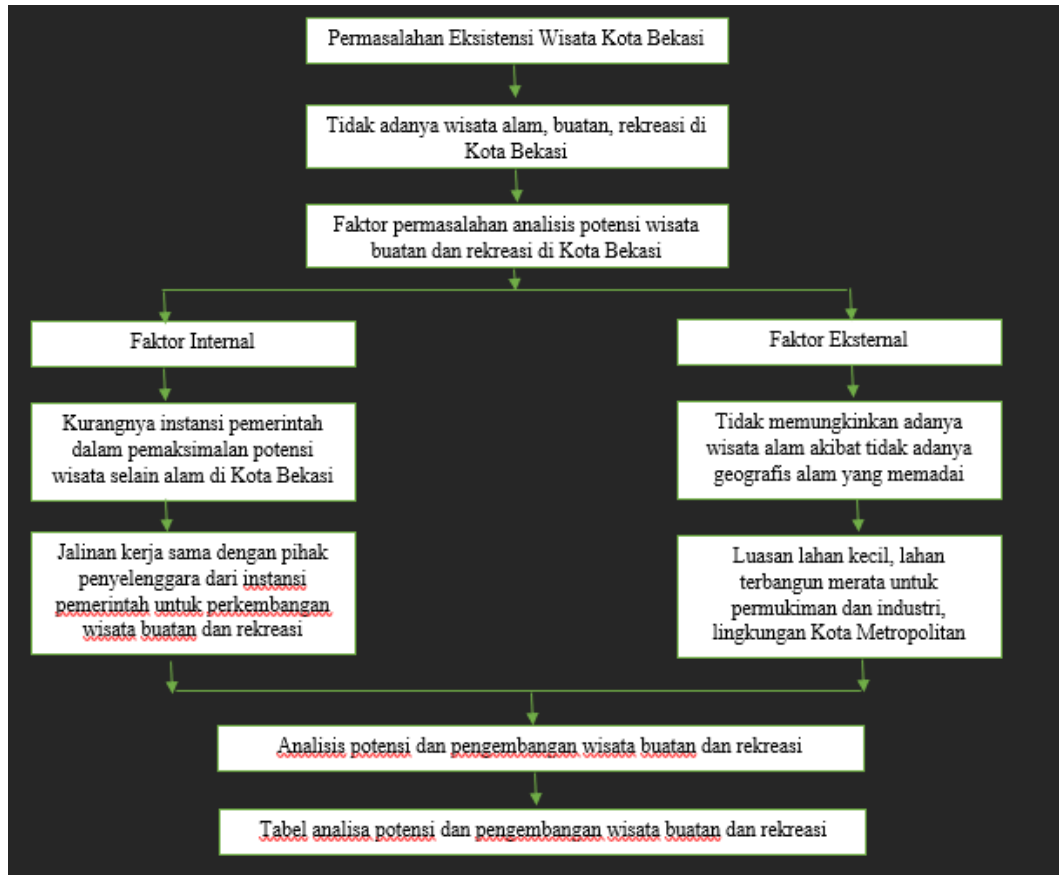
Sebagai Kota yang tidak memiliki kondisi geografis dan alam yang dapat dimanfaatkan sebagai wisata alam yang memadai, Kota Bekasi dapat dikembangkan wisata buatan dan rekreasi yang dapat memanfaatkan luasan area yang ada. Permasalahan pembuatan analisis potensi dan pengembangan wisata buatan dan rekreasi adalah ruang terbatas di Kota Bekasi yang dapat dimanfaatkan sebagai luasan area wisata buatan dan rekreasi yang menarik kunjungan wisatawan. Permasalahan yang ada tersebut disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor internal berupa kurangnya survei dari pihak instansi terhadap potensi areal daerah di Kota Bekasi untuk dimanfaatkan sebagai Kota dengan potensi wisata buatan dan rekreasi. Sedangkan faktor eksternal berupa luasan area yang kemungkinan dapat dimanfaatkan sangat kecil dan bersinggungan dengan areal permukiman warga dan industri di Kota Bekasi.

Faktor internal dari analisis potensi dan pengembangan wisata buatan dan rekreasi di Kota Bekasi menuai berbagai pola permasalahan yang muncul dari segi instansi maupun segi pengelola dari pemerintah dinas pariwisata yang kurang menggaungkan potensi wisata yang ada di Kota Bekasi. Hasilnya, pendapatan dari sektor wisata di Kota Bekasi berdasarkan Kota Bekasi Dalam Angka dan data statistik cukup rendah dibandingkan dengan yang lainnya. Berbeda dengan fasilitas dari sektor perhotelan dan *food and beverages* Kota

Bekasi yang mumpuni sebagai fasilitas tinggal untuk wisatawan. Dengan sekitar 2000 restoran dan belasan hotel berbintang yang ada di Kota Kecil dan maju seperti Kota Bekasi menjadikan faktor internal dapat diuraikan sesuai dengan data statistic BPS yang dilanjutkan dengan rencana berbagai wacana rekreasi dan buatan yang potensial untuk dibangun di Kota Bekasi.

Faktor eksternal berupa Kota Bekasi merupakan kota yang luasannya tidak terlalu besar, dan hampir kegunaan lahannya terbangun untuk sektor permukiman dan industri, Maka dari itu, untuk mendapati pemanfaatan ruang yang dapat dilakukan analisis potensi dan pengembangan wisata buatan dan rekreasi di Kota Bekasi memerlukan survei terhadap berbagai potensi daerah kota yang sempit untuk dijadikan areal wisata yang menunjang dari fasilitas penunjang wisata seperti lahan parkir, arus keluar masuk kendaraan, dan areal batasan pengunjung yang dapat ditampung secara harian.

Faktor Internal dan eksternal penyebab terjadinya permasalahan dalam menganalisis potensi dan pengembangan wisata buatan dan rekreasi dapat diatasi dengan optimalisasi dari *stakeholder* yang terlibat dari penyelenggara swasta, pemerintah instansi terlibat, dan masyarakat setempat sebagai roda utama dalam analisis strategi wisata buatan di Kota Bekasi dapat dibuat dengan maksimal. Selain itu, pertimbangan lahan yang tersedia sebagai area wisata buatan dan rekreasi dipertimbangkan dengan matang karena beberapa alternatif ide yang akan tertuang dari hasil penelitian ini akan berdampak secara langsung terhadap pemanfaatan lahan yang digunakan sebagai area terbangun dari wisata buatan dan rekreasi di Kota Bekasi ini.



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian  
(Sumber : Peneliti, 2022)



## **1.7 Batasan Penelitian**

Berikut merupakan batasan-batasan yang berkaitan dengan variabel penelitian dengan tujuan membatasi ruang lingkup penelitian agar menjadi lebih spesifik sesuai dengan konsep penelitian.

1. Wisata buatan dan rekreasi yang berada di wilayah administrasi Kota Bekasi.
2. Tempat wisata yang dikelola oleh pemerintah Kota Bekasi atau badan pengembangan pihak ketiga (swasta).
3. Tempat wisata sesuai dengan konsep penelitian yaitu buatan dan rekreasi yang berarti objek wisata terbangun oleh pihak pemerintah atau pengembang wisata sebanyak 7 lokasi wisata yang diteliti.