

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR

A. Tinjauan Pustaka

1. Geografi Pariwisata

Menurut pendapat Ramaini (1992:3) geografi pariwisata adalah ilmu yang mempelajari antara geografi dan pariwisata. Segi-segi geografi umum yang perlu diketahui wisatawan antara lain iklim, flora, fauna, keindahan alam, adat-istiadat budaya, perjalanan darat, laut dan udara, dan sebagainya.

Sedangkan peranan geografi pariwisata menurut pendapat James J Spillane (1997: 46-47) yaitu pertumbuhan yang berimbang bagi perekonomian itu dapat terjadi sebagai akibat majunya pertumbuhan industri pariwisata yang dikembangkan dengan baik. Tidak hanya perusahaan-perusahaan yang dapat menyediakan kamar untuk menginap (*hotel*), makanan dan minuman (*bar* dan *restaurant*), perencanaan perjalanan wisata (*tour operator*), agen perjalanan (*travel agent*), industri kerajinan (*handicraft*), pramuwisata (*guiding and english course*), tenaga terampil (*tourism academy*) yang diperlukan tetapi juga prasarana ekonomi seperti jalan raya, jembatan, terminal, pelabuhan dan lapangan udara. Secara umum, orang yang bergerak di bidang usaha perjalanan wisata sangat membutuhkan pengetahuan geografi pariwisata.

2. Pariwisata

Menurut Gamal Suswanto (1997: 3) Pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya, dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

Ketetapan MPRS No.I – II Tahun 1960 dalam H. Oka A. Yoeti (1996:118) mendefinisikan:

Pariwisata dalam dunia modern pada hakekatnya adalah suatu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam memberi liburan rohani dan jasmani setelah beberapa waktu bekerja sarta mempunyai modal untuk melihat-lihat daerah lain (pariwisata dalam negeri) atau negara-negara lain (pariwisata luar negeri).

Menurut E. Guyer Freuler dalam Nyoman S. Pendit (1994:38) Pariwisata dalam artian modern adalah merupakan gejala zaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuh terhadap keindahan alam, kesenangan, dan kenikmatan alam semesta pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas dalam masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, dan perdagangan serta penyempurnaan daripada alat-alat pengangkutan.

Menurut Suwardjoko P. Warpani dan Indira P. Warpani (2007:13-15) batasan pariwisata sangat luas dan sesuai dengan maksud berwisata atau kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan, maka pariwisata di kategorikan menjadi:

1. Wisata agro

Kegiatan pariwisata ini dikaitkan dengan kegiatan industri pertanian, misalnya wisata durian pada saat musim buah durian, atau wisata tani, yakni para wisatawan ikut turun aktif menanam padi dan memandikan kerbau di sungai.

2. Wisata belanja

Kegiatan pariwisata yang dilakukan karena kekhasan barang yang ditawarkan, misalnya Sidoarjo dengan pusat tas di Tanggulangin.

3. Wisata budaya

Wisatawan melakukannya dengan maksud mengadakan riset budaya, mempelajari budaya setempat, mengunjungi situs bersejarah, dan sebagainya.

4. Wisata iklim

Kunjungan ke suatu tempat berkaitan dengan maksud mencari perubahan iklim setempat, misalnya bagi negara beriklim empat pada saat tertentu benar-benar dimanfaatkan untuk melakukan perjalanan mengunjungi tempat-tempat lain hanya untuk berburu panas sinar matahari, penduduk pantai berwisata ke pegunungan, penduduk pedalaman berwisata ke pantai.

5. Wisata karya

Para wisatawan berkunjung dengan maksud dinas atau tugas lain, namun dalam waktu senggang mereka melakukan kunjungan wisata.

6. Wisata kesehatan

Wisatawan mengunjungi suatu tempat karena keberadaan penyembuhan, misalnya kunjungan ke Krakal di Kebumen dengan maksud berendam di air belerang untuk penyembuhan sakit kulit, berkunjung ke Singapura untuk berobat.

7. Wisata konvensi/seminar

Dengan sengaja memilih salah satu daerah tujuan wisata (DTW) sebagai tempat penyelenggaraan seminar dikaitkan dengan upaya pengembangan DTW yang bersangkutan.

8. Wisata niaga

Wisatawan datang karena ada urusan perniagaan di tempat tersebut, namun pada waktu luang pada umumnya berwisata.

9. Wisata olahraga

Pariwisata ini dilakukan dengan mengunjungi peristiwa penting di dunia olahraga, misalnya pertandingan perebutan kejuaraan, pekan olahraga nasional, atau sekedar pertandingan persahabatan. Yang termasuk para wisatawan yaitu para olahragawan, penonton, dan semua yang terlibat dalam peristiwa olahraga.

10. Wisata rekreasi

Kegiatan ini dilakukan untuk berlibur, mencari suasana baru, memuaskan rasa ingin tahu, melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan alam, yang dimaksudkan untuk memulihkan kesegaran dan kebugaran jasmani dan rohani setelah berwisata.

11. Wisata petualangan

Termasuk dalam jenis wisata petualangan adalah kegiatan pelatihan (kepemimpinan) di alam terbuka dengan berbagai atraksi yang menantang dan kadang-kadang mengandung resiko. Contohnya antara lain terbang layang, arung jeram, panjat tebing, menyelam, susur gua.

12. Wisata ziarah

Jenis pariwisata ini dilakukan dengan cara mengunjungi tempat ibadah atau tempat ziarah pada waktu tertentu, misalnya mengunjungi tempat yang dianggap keramat, ziarah ke makam tokoh-tokoh masyarakat atau pahlawan bangsa.

13. Darmawisata

Dilakukannya perjalanan beramai-ramai untuk bersenang-senang, atau berkaitan dengan pelaksanaan darma di ruangan, atau melakukan pengabdian kepada masyarakat di luar waktu kerja sehari-hari.

14. Widiawisata (pendidikan)

Jenis pariwisata ini dilakukan dalam rangka kunjungan studi, dilakukan untuk mempelajari seni budaya rakyat, mengunjungi dan meneliti cagar alam dan atau budaya.

Dari penjelasan di atas dapat dilihat bahwa pariwisata terbagi menjadi empat belas jenis yang berbeda satu dengan yang lainnya, wisatawan yang melakukan pariwisata menyesuaikan dengan kebutuhan dan juga hobi pariwisatanya. Ada orang yang hobinya melihat keindahan bawah laut maka dia akan melaksanakan pariwisata olahraga sedangkan untuk orang yang senang mempelajari kebudayaan suatu suku maka dia akan melaksanakan pariwisata budaya untuk melihat kebudayaan, adat-istiadat dan juga kesenian dari suku tersebut.

3. Agrowisata

Berdasarkan Surat Keputusan (SK) bersama Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi (Menparpostel) dan Menteri Pertanian No. KM. 47/PW.DOW/MPPT-89 dan No. 204/KPTS/HK/050/4/1989 dalam Moh. Reza Tirtawinata dan Lisdiana Fachruddin (1996:3) dijelaskan bahwa

Agrowisata sebagai bagian dari objek wisata diartikan sebagai suatu bentuk kegiatan yang memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian.

Agrowisata diberi batasan sebagai wisata yang memanfaatkan objek pertanian. Agrowisata memiliki tuntutan akan pariwisata yang pro lingkungan, *go green*, dan bertanggung jawab. Agrowisata mendidik masyarakat belajar tentang pertanian, serta mendidik wisatawan untuk memahami kehidupan nyata tentang pertanian dan memberikan pemahaman kepada wisatawan bahwa kehidupan manusia lainnya sangat tergantung pada pertanian.

Moh. Reza Tirtawinata dan Lisdiana Fachruddin (1996:4) memaparkan bahwa secara umum, ruang lingkup dan potensi agrowisata yang dapat dikembangkan sebagai berikut:

1. Kebun raya

Objek wisata kebun raya memiliki kekayaan berupa tanaman yang berasal dari berbagai spesies. Daya tarik yang dapat ditawarkan kepada wisatawan mencakup kekayaan flora yang ada, keindahan pemandangan di dalamnya, dan kesegaran udara yang memberikan rasa nyaman.

2. Perkebunan

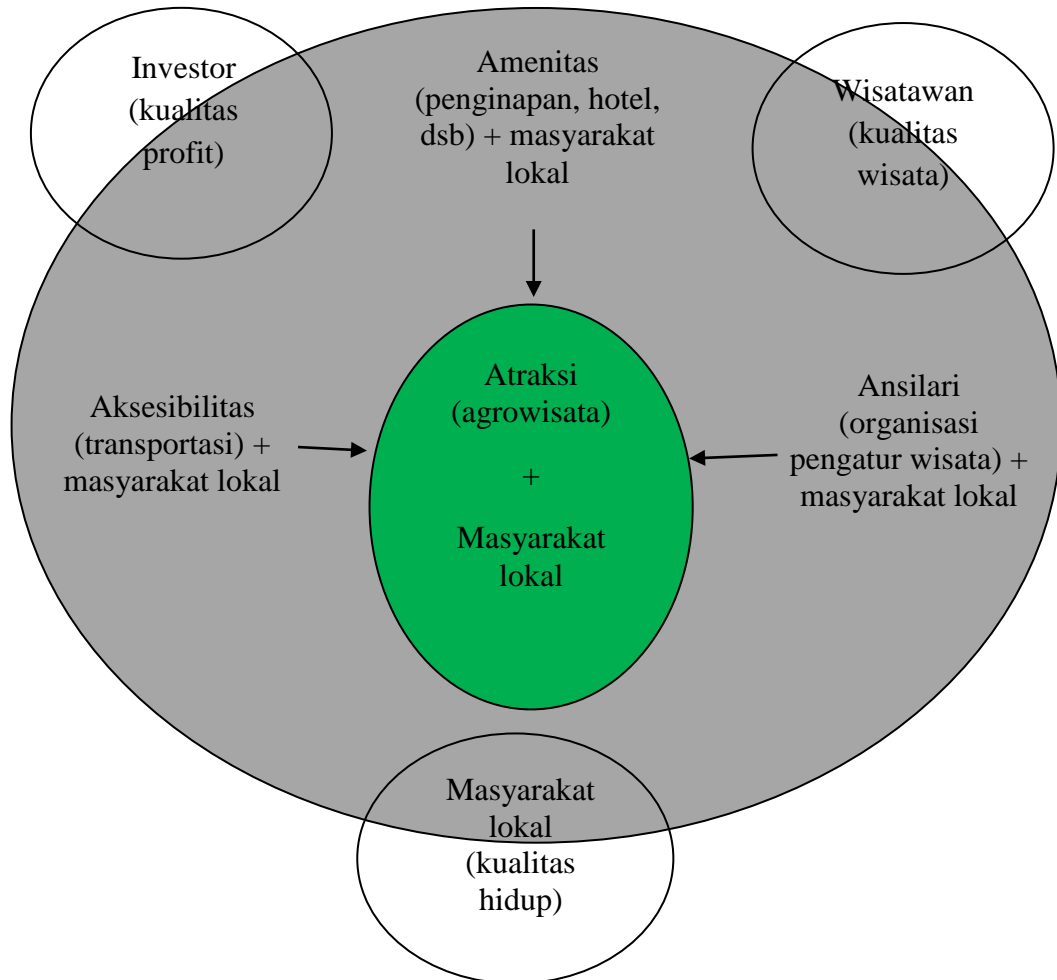
Kegiatan usaha perkebunan meliputi perkebunan tanaman keras dan tanaman lainnya yang dilakukan oleh perkebunan besar swasta nasional ataupun asing, BUMN, dan perkebunan rakyat. Berbagai kegiatan objek wisata perkebunan dapat berupa praproduksi (pembibitan), produksi, dan pascaproduksi (pengolahan dan pemasaran).

3. Tanaman pangan dan hortikultura
Lingkup kegiatan wisata tanaman pangan yang meliputi usaha tanaman padi dan palawija, serta hortikultura yakni bunga, buah, sayur, dan jamu-jamuan. Berbagai proses kegiatan mulai dari prapanen, pascapanen berupa pengolahan hasil, sampai kegiatan pemasarannya dapat dijadikan objek agrowisata.
4. Perikanan
Ruang lingkup kegiatan wisata perikanan dapat berupa kegiatan budidaya perikanan sampai proses pascapanen. Daya tarik perikanan sebagai sumber daya wisata diantaranya pola tradisional dalam perikanan serta kegiatan lain, misalnya memancing ikan.
5. Peternakan
Daya tarik peternakan sebagai sumber daya wisata antara lain pola beternak, cara tradisional dalam peternakan, serta budidaya hewan ternak.

Dari yang telah disebutkan di atas sudah jelas bahwa agrowisata ini adalah suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan hasil pertanian, peternakan, atau perkebunan sebagai daya tarik bagi wisatawan. Potensi agrowisata sangat besar di Indonesia, dapat dikatakan bisa dijumpai hampir di Daerah Tujuan Wisata (DTW) di seluruh Indonesia dan hampir semua pulau di Indonesia memiliki potensi agrowisata tersebut.

Objek agrowisata harus mencerminkan pola pertanian Indonesia baik tradisional ataupun modern guna memberikan daya tarik bagi pengunjung atau wisatawan. Di lokasi ataupun sekitar lokasi dapat diadakan berbagai jenis atraksi atau kegiatan pariwisata sesuai dengan potensi sumber daya pertanian dan kebudayaan setempat. Berbagai objek agrowisata yang potensial relatif belum banyak menarik pengunjung, antara lain karena terbatasnya sarana dan prasarana yang tersedia serta kurangnya promosi dan pemasaran kepada masyarakat luas baik di dalam maupun di luar negeri.

Berikut ini model ideal pengembangan agrowisata dengan konsep 4A+CI (*attraction, amenity, accessibility, ancillary, community involment*) yang dimodifikasi dari Postma dalam I Gusti Bagus Rai Utama (2010:51)



Gambar 1. Model ideal pengembangan agrowisata

Dalam model ini, lingkaran dalam adalah agrowisata yang merupakan atraksi yang akan ditawarkan. Sementara *amenitas*, *ansilari*, dan aksesibilitas adalah pendukung dan pembentuk totalitas dari produk agrowisata. Ada tiga pihak yang berkepentingan terhadap kualitas totalitas produk wisata tersebut, diantaranya: masyarakat sepakat membangun agrowisata untuk meningkatkan kualitas hidupnya, sementara wisatawan berhak mendapatkan kualitas wisata yang diharapkannya, sementara investor (pemerintah maupun swasta) berkepentingan mendapatkan profit yang berkualitas.

4. Potensi Wisata

Pengertian potensi wisata menurut Yoeti (1996:160-162) adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata, dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Nyoman S. Pendit (1998:67), juga mengungkapkan pengertian yang sama mengenai potensi wisata, sebagai segala yang dimiliki oleh daerah tujuan wisata dan berguna untuk mengembangkan industri pariwisata di daerah tersebut.

Menurut Nyoman S. Pendit (1994:108) Potensi wisata merupakan segala hal dan kejadian yang diatur dan disediakan sehingga dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pariwisata baik berupa suasana, kejadian, benda, maupun jasa.

Potensi wisata juga dapat berupa sumberdaya alam yang beraneka ragam dari aspek fisik dan hayati, serta kekayaan budaya manusia yang dapat dikembangkan untuk pariwisata. Sedangkan sumberdaya pariwisata diartikan sebagai unsur-unsur lingkungan alam atau yang telah diubah oleh manusia yang dapat memenuhi keinginan wisatawan (Chafid Fandeli, 2001:48-57). Faktor-faktor lokasional yang mempengaruhi pengembangan potensi objek wisata adalah kondisi fisis dan aksesibilitas.

Maka dapat dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan potensi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di objek wisata dan dapat dimanfaatkan untuk mendukung perkembangan objek wisata tersebut sehingga dapat dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung, baik berupa pemandangan alam, sosial dan budaya masyarakat, bisnis/ekonomis dan layanan atau jasa-jasa seperti fasilitas wisata dan aksesibilitas.

Dengan demikian potensi pariwisata merupakan modal dasar dalam pengembangan industri kepariwisataan. Menurut Asisten Dua Kependudukan dan Lingkungan Hidup (1990:11), potensi wisata dapat dibagi menjadi empat bagian yaitu:

1. Potensi wisata bersifat panorama alam yang berhubungan dengan cagar alam, suaka alam, termasuk flora dan fauna dengan pemandangan luar biasa dan indah.
2. Potensi wisata bersifat hiburan, alamiah, sosial dan budaya yaitu berhubungan dengan penikmatan nilai-nilai budaya tradisional atau modern berupa tari-tarian, hasil kerajinan tangan dan produksi setempat serta arsitektur budaya Indonesia.
3. Potensi wisata bersifat *apounturir*, yaitu berhubungan dengan perjalanan menuju tempat-tempat dengan berbagai alat transportasi termasuk perjalanan safari, pendaki gunung, olahraga dan slancar.
4. Potensi wisata bersifat bisnis/ekonomi, yaitu berhubungan dengan usaha perdagangan, diplomatik dan lain-lainya.

Pendapat di atas menjelaskan bahwa potensi wisata dapat dibagi menjadi empat macam yaitu potensi wisata yang bersifat panorama alam, potensi wisata yang bersifat hiburan, alamiah, sosial dan budaya, potensi yang bersifat *apounturir* dan potensi wisata yang bersifat bisnis/ekonomi.

Unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan

pembangunan dan pengembangannya meliputi lima unsur, yaitu kondisi fisik, daya tarik wisata, aksesibilitas, sarana dan prasarana serta masyarakat.

1. Kondisi fisis

Aspek fisis yang dimaksud merupakan suatu lingkungan yang terdiri iklim, relief, tanah, air, dan vegetasi serta benda yang ada di atasnya sepanjang ada pengaruh terhadap penggunaan lahan, termasuk di dalamnya hasil kegiatan manusia di masa lalu dan sekarang seperti hasil reklamasi laut, pembersihan vegetasi dan juga hasil yang merugikan seperti tersalinasi (FAO dalam Arsyad, 1989).

2. Atraksi/daya tarik objek wisata

Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu, misal adalah tari-tarian, nyayian, kesenian daerah, upacara adat dan lain-lain (Yoeti, 1996:172).

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009, daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Dapat diambil kesimpulan bahwa daya tarik objek wisata adalah segala sesuatu yang menarik, memiliki keunikan dan nilai tinggi yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Daya tarik objek wisata merupakan faktor utama yang harus ada di suatu objek wisata. Pada umumnya, daya tarik objek wisata harus mampu memberikan rasa senang, nyaman, damai, dan kepuasan pada wisatawan yang berkunjung.

3. Aksesibilitas

Dalam mendukung upaya pengembangan kepariwisataan sehingga dapat menimbulkan rasa senang dan puas bagi wisatawan salah satu usahanya adalah dengan cara mempermudah pencapaian ke objek wisata tersebut. Aksesibilitas adalah kemudahan bergerak dari suatu tempat ke tempat lain dalam suatu wilayah, aksesibilitas ini ada kaitannya dengan jarak (Bintarto, 1982:117).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas atau tingkat keterjangkauan merupakan kemampuan dan kemudahan untuk menjangkau suatu tempat. Setiap wisatawan yang akan mengunjungi lokasi objek wisata biasanya akan mempertimbangkan tingkat keterjangkauannya, karena objek wisata yang mudah dijangkau akan mempermudah para wisatawan untuk berkunjung ke lokasi objek wisata.

4. Sarana dan prasarana wisata

Sarana kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung. Prasarana kepariwisataan ini berupa prasarana perhubungan, komunikasi, instalasi listrik, persediaan air minum, sistem irigasi, sistem perbankan dan pelayanan kesehatan (Yoeti, 1996:181).

Sedangkan menurut James J. Spillane (1997:40), fasilitas merupakan sarana yang menunjang dan menambah kenyamanan wisatawan dalam berekreasi, seperti hotel, rumah makan, pondok wisata, toko souvenir, telepon umum, bank dan tempat rekreasi.

Berdasarkan pendapat tersebut, fasilitas merupakan sarana penunjang objek wisata. Fasilitas yang lengkap akan menjadi daya tarik wisatawan untuk

berkunjung ke lokasi objek wisata, karena wisatawan membutuhkan tempat untuk beristirahat atau penginapan terutama wisatawan yang berasal dari luar daerah seperti fasilitas hotel atau penginapan, warung makan, telepon umum sebagai alat komunikasi, tempat ibadah, kantin, tempat parkir, *auditorium* (tempat pertemuan), MCK serta toko souvenir yang menjual berbagai produk sebagai ciri khas objek wisata yang dikunjunginya.

5. Masyarakat

Pemerintah melalui instansi-instansi terkait telah menyelenggarakan penyuluhan kepada masyarakat dalam bentuk bina masyarakat sadar wisata (Gamal Suwanto, 1997:23).

Sujali (1989:11), mengemukakan bahwa potensi objek wisata terjadi karena suatu proses, dapat disebabkan oleh proses alam maupun karena disebabkan oleh budidaya manusia.

Suatu tempat dapat menjadi suatu objek wisata harus mempunyai suatu potensi yang dapat menarik pengunjung. Potensi tersebut dapat berupa kenampakan alam alami yang dimiliki oleh tempat tersebut ataupun suatu objek/kenampakan yang dibuat oleh manusia, dalam hal ini *stakeholder* yang bertanggung jawab terhadap objek wisata tersebut.

Dengan demikian perlu diketahui potensi wisata yang terdapat di agrowisata Balai Benih Induk Hortikultura (BBIH) Pekalongan yang nantinya dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam rangka pengembangan objek wisata agrowisata Balai Benih Induk Hortikultura (BBIH) Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur.

5.Aspek-Aspek Dalam Perencanaan Pariwisata

Adapun aspek-aspek yang perlu diketahui dalam perencanaan pariwisata sebagaimana yang diungkapkan oleh Oka A. Yoeti (1997) adalah sebagai berikut:

a. Wisatawan (*Tourist*)

Terlebih dahulu harus tahu mengenai karakteristik wisatawan yang diharapkan datang, misalnya dari mana saja mereka datang, anak muda atau orang tua, pengusaha atau pekerja biasa, dan pada musim apa saja mereka melakukan wisata.

b. Transportasi (*Transportations*)

Terlebih dahulu harus tahu bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia atau yang akan dapat digunakan untuk membawa wisatawan dari daerah asal menuju daerah tujuan wisata.

c. Atraksi/objek wisata (*Attractions*)

Apakah objek wisata yang akan dijual memenuhi tiga syarat utama pariwisata, yaitu

- a) Apa yang dapat dilihat (something to see)
- b) Apa yang dapat dilakukan (something to do)
- c) Apa yang dapat dibeli (something to buy)

d. Fasilitas pelayanan (*Services Facilities*)

Fasilitas apa saja yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut, bagaimana akomodasi perhotelan yang ada, restoran, pelayanan umum di daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi wisatawan.

6. Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut Taggart dalam Effendi (1989:2) bahwa perkembangan pariwisata di Indonesia agak lambat. Ada dua faktor yang menyebabkan kelambatan tersebut, yaitu kurangnya fasilitas untuk mendukung kepariwisataan dan kurangnya publikasi dan informasi tentang kepariwisataan. Dalam pengembangan kepariwisataan, aktifitas permintaan (*demand*) dan persediaan (*supply*) perlu diformulasikan bersama-sama dengan tujuan pengembangan kepariwisataan. Selanjutnya akan menentukan identifikasi potensi daerah atau objek wisata yang akan dikembangkan. Berdasarkan identifikasi tersebut, akan ditentukan rencana jangka pendek dan jangka panjang program kepariwisataan.

Dalam <http://nizwan-wwwbloggercom.blogspot.com/2009/02/analisis-swot-pengembangan-pariwisata.html> dijelaskan bahwa menurut Freddy Rangkuti (2002:3) sebagaimana mengutip pendapat Chandler, strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.

Menurut Gamal Suwanto (1997:56) ada beberapa langkah pokok dalam melakukan strategi pengembangan pariwisata yaitu:

- a. Dalam jangka pendek dititikberatkan pada optimasi, melalui cara meningkatkan mutu tenaga kerja, meningkatkan kemampuan pengelola, dan memanfaatkan produk yang ada.
- b. Dalam jangka menengah dititikberatkan pada konsolidasi, melalui cara mengembangkan produk dan mengembangkan jumlah serta mutu tenaga kerja.

- c. Dalam jangka panjang dititikberatkan pada pengembangan dan penyebaran dalam pengembangan pasar pariwisata baru.

Masih dalam <http://nizwan-wwwbloggercom.blogspot.com/2009/02/analisis-swot-pengembangan-pariwisata.html> menurut Happy Marpaung (2002:19) perkembangan kepariwisataan bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Pariwisata dapat memberikan kehidupan yang standar kepada warga setempat melalui keuntungan ekonomi yang didapat dari tempat tujuan wisata. Dalam perkembangan infrastruktur dan fasilitas rekreasi, keduanya menguntungkan wisatawan dan warga setempat, sebaliknya kepariwisataan dikembangkan melalui penyediaan tempat tujuan wisata. Hal tersebut dilakukan melalui pemeliharaan kebudayaan, sejarah, dan taraf perkembangan ekonomi dan suatu tempat tujuan wisata yang masuk dalam pendapatan untuk wisatawan akibatnya akan menjadikan pengalaman yang unik dari tempat wisata. Pada waktu yang sama, ada nilai-nilai yang membawa serta dalam perkembangan kepariwisataan. Sesuai dengan panduan, maka perkembangan pariwisata dapat memperbesar keuntungan sambil memperkecil masalah-masalah yang ada.

Keberhasilan pengembangan pariwisata ditentukan oleh 3 faktor, sebagaimana yang dikemukakan oleh Yoeti (1996), sebagai berikut:

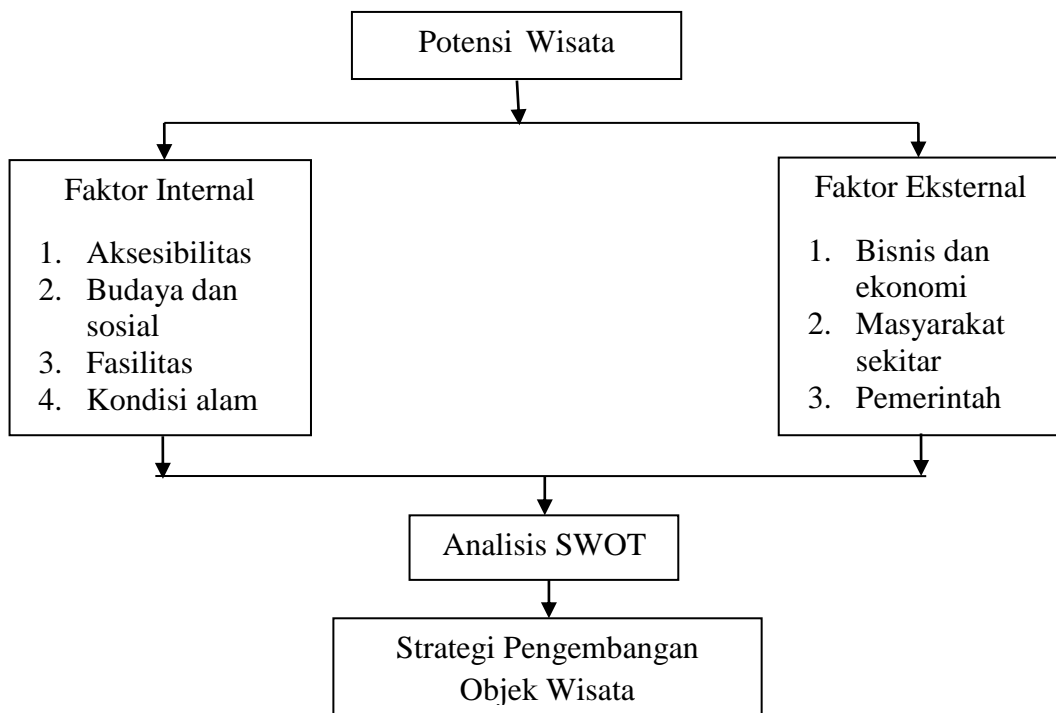
1. Tersedianya objek dan daya tarik wisata.
2. Adanya fasilitas *accessibility* yaitu sarana dan prasarana, sehingga memungkinkan wisatawan mengunjungi suatu daerah atau kawasan wisata.

3. Terjadinya fasilitas *amenities* yaitu sasaran kepariwisataan yang dapat memberikan kenyamanan kepada masyarakat.

Demand pariwisata sangat berkaitan dengan pengguna atau konsumen (wisatawan). Wisatawan diistilahkan sebagai pasar, karena wisatawan merupakan target atau sasaran yang hendak dituju dalam suatu penawaran pariwisata. Sehingga faktor permintaan yang datang dari para wisatawan tersebut sangat berpengaruh pada perkembangan pariwisata.

B. Kerangka Pikir

Dalam merumuskan strategi yang tepat bagi pengembangan agrowisata BBIH Pekalongan, maka identifikasi ini meliputi analisis terhadap nilai-nilai strategis yang dimiliki oleh agrowisata, analisis terhadap faktor-faktor internal maupun eksternal. Faktor tersebut harus diidentifikasi dan diperhitungkan dengan melakukan analisis yang bersifat strategis yang kemudian menghasilkan isu-isu strategis. Kemudian dari isu-isu inilah akan dilihat faktor-faktor kunci strategis yang pada akhirnya akan dapat ditentukan suatu alternatif pilihan strategi yang diyakini merupakan keputusan yang tepat, maka upaya untuk memilih dan menentukan strategi pengembangan objek wisata di agrowisata BBIH Pekalongan membuahkan hasil yang diharapkan. Untuk lebih jelasnya mengenai kerangka pikir dapat dilihat pada bagan di bawah ini:



Gambar 2. Bagan Kerangka Pikir