

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Provinsi Lampung merupakan provinsi yang terletak di ujung selatan dari Pulau Sumatera. Terdiri dari daerah pesisir serta 70 pulau dengan garis pantai yang membentang sepanjang 1.105 km dan daerah pegunungan di bagian barat yang merupakan rangkaian dari Bukit Barisan menjadikan Provinsi Lampung dikenal sebagai “*The Treasure of Sumatera*”(Saputra, 2010). Kondisi tersebut memperlihatkan banyaknya daya tarik wisata di Provinsi Lampung.

Satu dari 15 kabupaten/kota yang memiliki wisata bahari di Provinsi Lampung adalah Kabupaten Lampung Selatan. Salah satunya adalah Desa Kelawi tepatnya di Kecamatan Bakauheni, Kabupaten Lampung Selatan. Desa Kelawi ini memiliki daya tarik wisata beberapa destinasi wisata nya yang berkembang yaitu Pantai Minang Rua, Pematang Sunrise, Batu Alif (Batu Tegi), Lembur Bajau, Air Terjun Curup Minang Rua, Jambat Batu (Pematang Macan), Hutan Lindung, Pantai Cina Kawi, Goa Lalay, Temu Lapar (*green canyon*), dan agrowisata buah alpukat. Selain itu juga memiliki pertanian, antara lain padi, jagung, melinjo, pisang, kakao, cengkeh, dan kelapa. Desa Wisata Kelawi ini telah dikelola oleh beberapa Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis).

Salah satu daya tarik wisata yang ada di Desa Wisata Kelawi mulai dari wisata alam adalah Pantai Minang Rua, Pematang Sunrise, Batu Alif, dan Wisata Agrowisata Buah Alpukat. Untuk wisata budaya adalah Kesenian budaya silat Tjimande Tari Kolot Kebon Djeruk Hilir (TTKKDH ). Dan yang terakhir wisata buatan adalah Kedas Resort dan Lummay Villa Resort.

Pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung pada tanggal 02 Desember 2021 melakukan kunjungan ke Desa Wisata Kelawi bersama Kepala Bidang (Kabid) dan staff Bagian destinasi. Kami di Desa Wisata Kelawi melakukan sosialisasi bersama Kabid dan Staf bagian Destinasi mengenai “Peningkatan Peran Serta Masyarakat Dalam Tata Kelola Destinasi Wisata” menyampaikan kepada Pokdarwis Desa Wisata Kelawi.

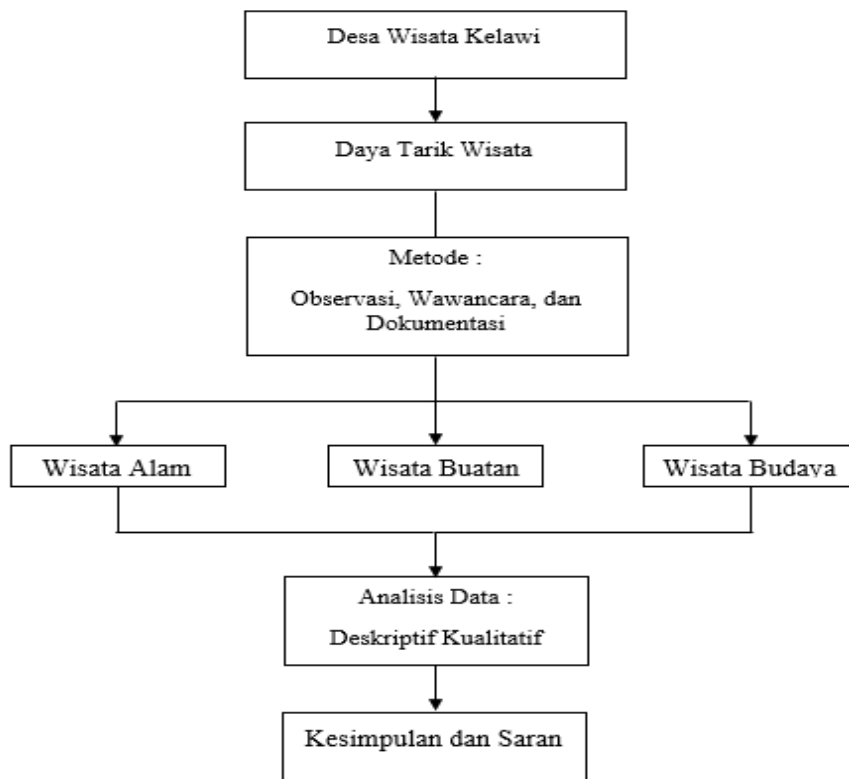
Berdasarkan latar belakang tersebut dan juga berkaitan dengan Program Studi D3 Perjalanan Wisata yang ditempuh oleh penulis, dimana salah satu penekanannya dalam bidang Destinasi Wisata. Maka penulis terkait membuat Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Daya Tarik Wisata di Desa Wisata Kelawi Kabupaten Lampung Selatan”.

## **1.2 Tujuan**

Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini yaitu mendeskripsikan Daya Tarik Wisata di Desa Wisata Kelawi.

## **1.3 Kerangka Pemikiran**

Desa Wisata Kelawi merupakan salah satu desa yang memiliki wisata di Kabupaten Lampung Selatan. Daya Tarik Wisata di Desa Wisata Kelawi ini sangat berpotensi untuk dikembangkan dengan berbagai Destinasi Wisata yang ada di Desa Wisata Kelawi. Daya tarik wisata di Desa Wisata Kelawi dalam penulisan Tugas Akhir ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan melalui media sosial dan secara langsung di Desa Wisata Kelawi untuk memperoleh informasi dan data terkait Desa Wisata Kelawi.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Daya Tarik Wisata Desa Wisata Kelawi

#### 1.4 Kontribusi

Laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan tentang apa saja yang ada di desa wisata Desa Kelawi dan berguna untuk mengimplementasikan pembelajaran yang telah didapat penulis selama duduk dibangku perkuliahan dalam mata kuliah Destinasi Wisata.

2. Bagi Pembaca

Sebagai salah satu referensi untuk memberikan informasi bagi Mahasiswa Program Studi Perjalanan Wisata terkait daya tarik wisata yang ada di Desa Kelawi.

3. Bagi Politeknik Negeri Lampung

Menambah bahan koleksi Tugas Akhir yang dijadikan sebagai tambahan koleksi di perpustakaan dan referensi pengetahuan.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pariwisata

Hakikatnya berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Menurut Cooper (1993), pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau keluarga ataupun kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan.

Menurut Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Pengertian pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk berbagai tujuan sesuai kebutuhan seperti rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara. Pariwisata merupakan suatu sistem dengan berbagai komponen seperti ekonomi, ekologi, politik, sosial, budaya, dan seterusnya yang mana dibutuhkan hubungan saling ketergantungan dan saling terkait (*interconnectedness*) (Suwena dan Widyatmaja, 2017).

### 2.2 Atribut Destinasi Wisata

Pengertian destinasi pariwisata menurut UU No 10 tahun 2009 tentang Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Destinasi wisata atau destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang dapat menimbulkan daya tarik dimana didalamnya terdapat pula fasilitas, aksesibilitas yang membuat wisatawan ingin melihatnya dan berkunjung.

Atribut destinasi merupakan hal yang penting dari sebuah destinasi wisata yang dapat mempengaruhi wisatawan dalam menentukan pilihan/tujuan wisata.

Cooper *et al.* (2005), memaparkan bahwa atribut destinasi wisata terdiri dari 4A yaitu (*attractions, accessibilities, amenities* dan *ancillary*).

1. *Attraction* (Atraksi)

Atraksi adalah hal yang membuat destinasi wisata menjadi menarik untuk dikunjungi seperti atraksi budaya, atraksi sejarah, dan sebagainya. Merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata.

2. *Accessibilities* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas merupakan hal yang memungkinkan wisatawan menjangkau atraksi dan akomodasi yang ditawarkan oleh pasar wisata. Aksesibilitas bisa dilihat dari lokasi destinasi wisata, akses jalan bisa ditempuh dengan berbagai kendaraan, jalannya baik / buruk, dan sebagainya.

3. *Amenities* (Fasilitas)

Fasilitas adalah salah satu syarat utama dalam suatu destinasi wisata untuk membuat wisatawan merasa nyaman berlama-lama berada di destinasi tersebut. Fasilitas yang umum adalah toilet, tempat duduk dan berkumpul, kios makanan, dan bahkan tempat menginap atau akomodasi.

4. *Ancillary* (Kelembagaan)

Adanya lembaga pariwisata yang ikut ambil bagian dalam suatu destinasi wisata akan membuat wisatawan semakin sering mengunjungi dan merasa aman dan terlindungi.

Setelah konsep 4A, konsep atribut destinasi wisata dikembangkan lebih lagi untuk lebih menjelaskan tentang atribut destinasi wisata. Menurut Morrisson (2013) atribut destinasi wisata terdiri dari 10A, yaitu :

1. Kesadaran (*awareness*) Kesadaran yang dimaksud yaitu pengetahuan wisatawan terhadap tempat wisata yang dipengaruhi oleh beberapa informasi yang didapat oleh wisatawan.
2. Daya Tarik (*attractiveness*) yaitu Produk yang dimiliki oleh destinasi wisata, seperti atraksi, produk unggulan, fasilitas pendukung, dan lain sebagainya. Atraksi wisata yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan wisatawan yang beragam.

3. Ketersediaan (*availability*) yaitu Kemudahan dalam mendapatkan informasi tentang destinasi wisata melalui internet atau blog pribadi, dan juga fasilitas reservasi online.
4. Akses (*access*) Akses yang dimaksud yaitu ketersediaan jalan, transportasi, fasilitas umum menuju destinasi wisata, dan akses dan transportasi yang tersedia di dalam tempat wisata.
5. Penampilan (*appearance*) Penampilan atau tampak luar dari destinasi wisata yang bisa menciptakan kesan pertama yang baik.
6. Aktivitas (*activities*) Aktivitas yang ditawarkan oleh pihak manajemen destinasi wisata yang ditujukan untuk wisatawan ketika berkunjung.
7. Jaminan (*assurance*) Atribut *assurance* berhubungan erat dengan keselamatan, keamanan, dan kebersihan untuk wisatawan
8. Apresiasi (*appreciation*) Apresiasi adalah sikap warga setempat dan pihak pengelola menyambut wisatawan yang datang berkunjung yang membuat wisatawan merasa diterima dan mendapatkan pelayanan baik.
9. Tindakan (*action*) Adanya rencana jangka panjang dalam hal pengembangan dan pemasaran yang dimiliki oleh pihak manajemen destinasi wisata tersebut.
10. Akuntabilitas (*accountability*) Adanya evaluasi atas jasa yang telah diberikan kepada wisatawan dan juga evaluasi tentang keefektifan jasa yang diberikan.

### **2.3 Desa Wisata**

Menurut Yulianti & Suwandono (2016) desa wisata merupakan wujud kombinasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang dikemas dalam suatu pola kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku sehingga menjadikan desa tersebut sebagai tujuan wisata. Desa wisata adalah bentuk industri pariwisata yang berupa kegiatan perjalanan wisata identik meliputi sejumlah kegiatan yang bersifat mendorong wisatawan sebagai konsumen agar menggunakan produk dari desa wisata tersebut atau melakukan perjalanan wisata ke desa wisata. Unsur produk pariwisata terdiri dari angkutan wisata, atraksi wisata, dan akomodasi pariwisata.

Mengutip dari pendapat Subagyo, jika dilihat dari perspektif kehidupan masyarakatnya, pariwisata pedesaan atau desa wisata merupakan suatu bentuk wisata dengan objek dan daya tarik berupa kehidupan desa yang memiliki ciri-ciri

khusus dalam masyarakatnya, panorama alam dan budayanya, sehingga mempunyai peluang untuk dijadikan komoditi bagi wisatawan khususnya wisatawan asing. Kehidupan desa sebagai tujuan wisata adalah desa sebagai objek sekaligus sebagai subjek dari kepariwisataan yaitu sebagai pihak penyelenggara sendiri dari berbagai aktivitas kewisataan dan hasilnya akan dinikmati oleh masyarakat secara langsung. Oleh karena itu peran aktif masyarakat sangat menentukan kelangsungan kegiatan desa ini.

Keberhasilan desa wisata sangat dipengaruhi oleh intensitas kegiatan, lokasinya, manajemen, dan dukungan dari masyarakat lokal dan harus sesuai dengan keinginan masyarakat lokal dan tidak direncanakan secara sepihak. Dukungan dari masyarakat setempat bukan hanya dari individu atau suatu kelompok tertentu, inisiatif menggerakkan modal usaha, profesionalisme pemasaran, dan citra yang jelas harus dikembangkan karena keinginan wisatawan adalah mencari hal yang spesial dan produk yang menarik.

### **2.3.1 Tipe Desa Wisata**

Menurut pola, proses dan tipe pengelolaannya, desa atau kampung wisata di Indonesia terbagi dalam dua tipe yaitu tipe terstruktur dan tipe terbuka (Antara & Sukma, 2015).

- a. Tipe terstruktur/daerah kantong (*enclave*), tipe ini ditandai dengan adanya:
  - 1) Lahan wisata yang dilengkapi dengan infrastruktur spesifik untuk kawasan tersebut. Tipe ini memiliki kelebihan dalam citra yang ditumbuhkannya, sehingga mampu menembus pasar Internasional.
  - 2) Lokasi pada umumnya terpisah dari masyarakat atau penduduk lokal, sehingga dampak negatif yang ditimbulkan dapat lebih diminimalisir. Pencemaran sosial budaya yang ditimbulkan akan terdeteksi sejak dini.
  - 3) Lahan tidak terlalu besar dan masih dalam tingkat kemampuan perencanaan yang integratif dan terkoordinasi. Diharapkan akan tampil menjadi semacam agen untuk mendapatkan dana-dana internasional sebagai unsur utama untuk menangkap servis-servis dari hotel berbintang.
- b. Tipe terbuka (*spontaneous*), tipe ini ditandai dengan karakter yaitu tumbuh-menyatunya kawasan dengan struktur kehidupan, baik ruang maupun pola dengan masyarakat lokal. Distribusi pendapatan yang didapat dari para

wisatawan, dapat langsung dinikmati oleh penduduk lokal. Dampak negatifnya yaitu cepat menjalar menjadi satu ke dalam penduduk lokal, sehingga lebih sulit dikendalikan.

Tolak ukur pembangunan atau pengembangan pariwisata berbasis kerakyatan sebagai dasar terbentuknya desa wisata ini adalah dengan terciptanya hubungan yang harmonis antara masyarakat lokal, sumber daya alam/budaya, dan wisatawan. Tolak ukur pembangunan dapat dilihat sebagai berikut :

- a. Adanya peningkatan antusiasme pembangunan masyarakat melalui pembentukan suatu wadah organisasi untuk menampung segala bentuk aspirasi masyarakat, melalui sistem kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat lokal.
- b. Adanya keberlanjutan lingkungan fisik yang ada di masyarakat, caranya yaitu melalui konservasi, promosi, dan menciptakan tujuan hidup yang harmonis antara sumber daya alam, sumber daya budaya, dan sumber daya manusia. Menemukan kembali potensi sumber daya tersebut.
- c. Adanya keberlanjutan ekonomi melalui pemerataan dan keadilan dalam menikmati hasil-hasil pembangunan.
- d. Membangun sistem yang menguntungkan masyarakat seperti sistem informasi yang dapat digunakan bersama-sama.
- e. Menjaga kepuasan wisatawan melalui pelayanan yang lebih baik, pengadaan informasi yang efektif, efisien, tepat guna, dan mengutamakan kenyamanan bagi wisatawan.

#### **2.4 Daya Tarik Wisata**

Menurut Utama (2016) daya tarik wisata adalah segala sesuatu disuatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan.

Undang-undang No. 10 tahun 2009 menjelaskan terkait tentang kepariwisataan yaitu bahwa daya tarik wisata adalah suatu yang menjadi sasaran wisata yang terdiri atas:

1. Daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, flora, dan fauna.



2. Daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni dan budaya, wisata agro, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi, dan kompleks hiburan.

Menurut Pendit (2002), daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Daya tarik wisata disebutkan secara lebih spesifik menjadi tiga jenis, yaitu: daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, maupun daya tarik wisata buatan (Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan).

Menurut undang-undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan pengertian daya tarik 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. Berdasarkan pengertian tersebut, bahwa daya tarik wisata diartikan sebagai segala sumber daya alam, budaya dan buatan manusia yang seluruhnya dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata (Pujaasawa & Ariana, 2015).

Syarat Daya Tarik Wisata Menurut Maryani dalam Utama (2016) terdapat syarat yang dapat dipenuhi untuk menjadi daya tarik pada tujuan wisata yaitu :

1. Daya tarik yang dapat dilihat

Hal ini mengisyaratkan bahwa pada daerah harus ada sesuatu yang menjadi daya tarik wisata, atau suatu daerah mestinya mempunyai daya tarik yang khusus dan atraksi budaya yang bisa dijadikan sebagai hiburan bagi wisatawan. Apa yang disaksikan dapat berupa pemandangan alam, kegiatan, kesenian, dan atraksi wisata.

2. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan

Hal ini mengisyaratkan bahwa ditempat wisata, menyaksikan sesuatu yang menarik, wisatawan juga harus disediakan fasilitas rekreasi yang bisa membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama ditempat tujuan wisata

3. Sesuatu yang dapat dibeli

Hal ini mengisyaratkan bahwa tempat tujuan wisata semestinya menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk belanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat yang berfungsi sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal wisatawan.

#### 4. Alat Transportasi

Hal ini menjelaskan bahwa untuk dapat mengunjungi daerah tujuan wisata tersebut, kendaraan apa yang digunakan dan berapa lama wisatawan tiba ke tempat tujuan wisata yang akan dituju.

#### 5. Penginapan Untuk menunjang keperluan tempat tinggal sementara bagi wisatawan yang akan berkunjung, daerah tujuan wisata perlu mempersiapkan penginapan-penginapan, seperti hotel berbintang atau hotel tidak berbintang dan sejenisnya.

Menurut Yoeti (1996) memberikan penjelasan bahwa suatu daya tarik wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, syarat-syarat tersebut adalah:

##### 1. *Something to see*

Di tempat tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata, yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh orang lain. Dengan perkataan lain, daerah itu harus mempunyai daya tarik yang khusus, di samping itu ia harus mempunyai pula atraksi wisata yang dapat dijadikan *entertainment* bila orang datang ke sana.

##### 2. *Something to do*

Di tempat tersebut setiap banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi atau amusement dan tempat atau wahana yang bisa digunakan wisatawan untuk beraktivitas seperti olah raga, kesenian maupun kegiatan lain yang dapat membuat mereka betah tinggal lebih lama.

##### 3. *Something to buy*

Di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja (shopping), terutama barang-barang souvenir dan kerajinan rakyat 20 sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing. Fasilitas untuk berbelanja ini tidak hanya menyediakan barang-barang yang dapat dibeli, tetapi harus pula tersedia sarana-sarana pembantu lain untuk lebih memperlancar seperti money changer, bank, kantor pos, dan lain-lain.

Jenis-jenis daya tarik wisata yang dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, sebagai berikut:

#### 1. Daya Tarik Wisata Alam

Menurut Suwanto dalam Utami, (2017), wisata alam adalah bentuk kegiatan wisata alam yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungan. Wisata alam memiliki sumber daya yang berasal langsung dari alam. Daya tarik wisata alam yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim, dan ciri khas lainnya dari tempat tujuan wisata. Pariwisata daya tarik alam yaitu wisata yang dilakukan dengan mengunjungi daerah tujuan wisata yang memiliki keunikan daya tarik alamnya, seperti laut, pesisir pantai, gunung, lembah, air terjun, danau, air terjun, persawahan, sungai, hutan, dan objek wisata yang masih alami.

Secara garis besar daya tarik wisata alam dapat dibedakan menjadi dua yaitu daya tarik wisata alam yang berbasis keanekaragaman dan keunikan lingkungan di wilayah perairan laut seperti bentang pesisir pantai, bentang laut, dan kolam air dan dasar laut. Daya tarik wisata alam yang berbasis keanekaragaman dan keunikan lingkungan di wilayah daratan seperti pegunungan, hutan alam, taman nasional, taman wisata alam, taman hutan raya, perairan sungai dan danau, perkebunan, pertanian, dan bentang alam khusus seperti gua, padang pasir, dan sejenisnya.

#### 2. Daya Tarik Wisata Budaya

Menurut Pitana dan Diarta (2009), wisata budaya merupakan jenis pariwisata yang berdasarkan pada mosai tempat, tradisi, kesenian, upacara-upacara, dan pengalaman yang menggambarkan suatu bangsa atau suku bangsa dengan masyarakat, yang merefleksikan keanekaragaman (*diversity*) dan identitas (karakter) dari masyarakat

Daya tarik wisata budaya merupakan daya tarik wisata yang berupa hasil olah cipta, rasa, dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Daya tarik wisata budaya dapat dibedakan atas daya tarik yang berwujud dan tidak berwujud. Daya tarik yang berwujud seperti cagar budaya, perkampungan tradisional dengan adat, tradisi budaya masyarakat yang khas, dan museum. Daya tarik yang tidak berwujud seperti

kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktivitas budaya masyarakat yang khas di suatu tempat, serta kesenian seperti angklung, reog, dan sebagainya.

### 3. Daya Tarik Wisata Buatan

Daya tarik hasil buatan manusia digolongkan sebagai daya tarik wisata khusus yang merupakan kreasi artifisial dan kegiatan manusia lainnya di luar wisata alam dan budaya. Daya tarik wisata buatan manusia ini meliputi fasilitas rekreasi, hiburan atau taman bertema, fasilitas peristirahatan terpadu, dan fasilitas rekreasi dan olahraga. Daya tarik wisata buatan merupakan hasil buatan manusia yang meliputi fasilitas hiburan serta fasilitas rekreasi seperti, pasar kuliner, *floating market* lebang dan lain sebagainya.