

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan secara umum mengenai latar belakang penulis mengangkat permasalahan dan perumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup, manfaat penelitian dan kerangka pemikiran.

### **1.1 Latar Belakang**

Organisasi Pariwisata Dunia atau *World Tourism Organization (WTO)* mendefinisikan pariwisata atau turisme adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas ini. Seorang wisatawan atau turis adalah seseorang yang melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80 km (50 mil) dari rumahnya dengan tujuan rekreasi. Pergerakan wisatawan yang timbul dari sektor pariwisata menimbulkan suatu pergerakan ekonomi yang menimbulkan penafsiran baru pada dogma-dogma lama akan pariwisata yang hanya berfokus pada kegiatan rekreasi saja, dewasa ini pariwisata juga dipandang menjadi suatu ladang bisnis baru dan industri jasa. Pada tahun 2019, *World Travel and Tourism Council* mengkalkulasi dampak sektor pariwisata terhadap ekonomi dunia yaitu sebesar \$9,8 triliun atau setara dengan 10,3% produk domestik bruto dunia. Sementara pada sekmentasi nasional, sektor pariwisata berperan sebesar 5,7% dari total produk domestik bruto di Indonesia, yaitu sebesar Rp. 897,143 triliun dari total Rp. 15.833,9 triliun. Selain dampak yang langsung terimplementasi pada sektor ekonomi, hasil riset *World Travel and Tourism Council* juga menjabarkan dampak sektor pariwisata yang juga berkontribusi membantu menyediakan lapangan pekerjaan guna mendukung permintaan dari sektor pariwisata sendiri dimana satu dari empat lapangan pekerjaan baru tercipta akibat sektor pariwisata pada lima tahun terakhir. Mulai dari jasa keramahan, tempat tinggal, transportasi, makanan, minuman dan jasa bersangkutan lainnya seperti asuransi, bank, keamanan, dan lain lain tercipta guna mendukung permintaan pasar pariwisata.

**TABEL I.1 TARGET PARIWISATA NASIONAL**

No	URAIAN SASARAN/TARGET <i>DESCRIPTION</i>	Baseline 2014	2019
1	Kontribusi Pariwisata terhadap PDB Nasional	4,20%	8%
2	Jumlah kunjungan Wisman (kunjungan)	9 juta/million	20 juta/million
3	Jumlah Kunjungan Wisnus (kunjungan)	250 juta/million	275 juta/million
4	4 Perolehan devisa (triliun rupiah)	120	240

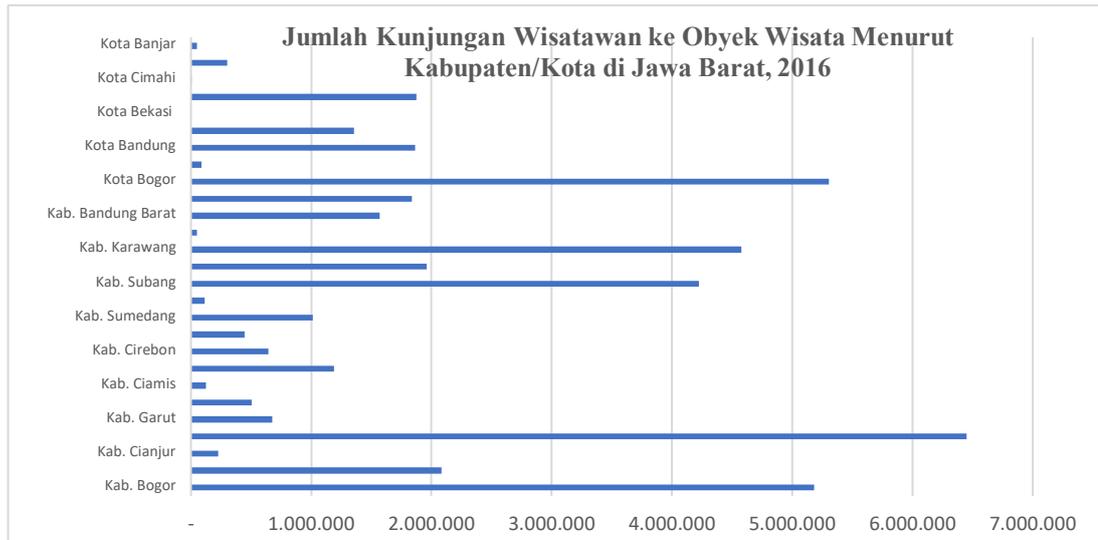
Sumber: BPS Statistik Wisatawan Nusantara 2018

Rencana Induk Kementerian Pariwisata mengenai Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025, menyebutkan bahwa dalam rangka mewujudkan visi pembangunan kepariwisataan nasional, diantaranya ditempuh melalui misi pembangunan kepariwisataan nasional dengan mengembangkan pemasaran pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara. Hal ini tak lepas dari proyeksi yang didasari dengan dasar kondisi pariwisata saat itu (2014) dengan harapan akan perkembangan sektor pariwisata yang berdampak pada peningkatan ekonomi nasional. Hal tersebut juga mengindikasikan keseriusan pemerintah dalam menggarap sektor pariwisata sebagai salah satu sektor utama penggerak ekonomi nasional.

Upaya mendorong sektor pariwisata sebagai salah satu sektor utama pendongkrak ekonomi daerah sendiri telah mencapai babak baru, dimana hal ini ditunjukkan dari banyaknya daerah dan kota-kota yang mulai mencitrakan diri (*mem-branding*) sebagai daerah tujuan wisata. *City branding* atau pencitraan kota secara sederhana dapat dikatakan sebagai istilah atau slogan kota yang menjadi ciri khas kota tersebut. Salah satu konsep pencitraan kota *branding city* yang banyak mulai dilirik dan diterapkan sendiri adalah konsep kota olahraga (*sport city*) dan kota wisata (*tourism city*). Salah satu contoh kota yang sukses dalam menerapkan pariwisata olahraga sebagai salah satu sektor pendongkrak perekonomian mereka

adalah Kota Barcelona. Penunjukan Kota Barcelona sebagai salah satu kota olahraga sendiri dimulai dari awal tahun 1980-an hingga 1992, dimana hal ini dimulai sebagai usaha menyikapi ditetapkannya Kota Barcelona sebagai salah satu tuan rumah Olimpiade 1992. Keberhasilan klub olahraga Barcelona FC sendiri semakin memberikan semangat mereka dan ditahun 2020 ini, mereka mencoba membangun strategis metropolitan yang baru, dengan membawa ide kreatif yang baru agar mengkonsolidasikan kota dan menjadikan Barcelona kota terpandang didunia.

Terdapat salah satu kabupaten yang memiliki visi dan misi untuk mengenalkan atau membrandingkan wilayahnya sebagai daerah tujuan wisata yang bertema olahraga dan wisata (*sport and tourism*) yakni Kabupaten Bogor. Kabupaten Bogor adalah salah satu kabupaten yang berada pada Provinsi Jawa Barat yang mengambil bagian di wilayah khusus metropolitan sekitar kawasan Jakarta. Sebagai salah satu daerah penyangga, perkembangan pembangunan infrastruktur yang mendukung terciptanya kegiatan pariwisata di daerah ini terbilang cukup baik. Hal ini dibuktikan dari ketersediaan aksesibilitas yang cukup baik, terkoneksi, serta tersinkronisasi dengan wilayah lain. Selain itu, perkembangan Kecamatan Cibinong sebagai ibu kota kabupaten sendiri bisa dikatakan sebagai salah satu yang relatif cepat (*Rapid*). Hal ini guna menciptakan suatu kawasan *Central bussines district* (CBD) yang berfungsi untuk menampung terbangunnya pusat-pusat perbelanjaan dan pusat-pusat kegiatan sebagai daya salah satu daya tarik wisata yang diharapkan dapat mencukupi permintaan dari wisatawan yang hendak datang.



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat

### **GAMBAR 1.1 GRAFIK KUNJUNGAN WISATAWAN KE OBJEK WISATA MENURUT KABUPATEN/KOTA DI JAWABARAT 2016**

Konsentrasi Kabupaten Bogor dalam mengerjakan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan sendiri tak lepas dari arahan pemerintah pusat lewat Peraturan Pemerintah (PP) no 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional tahun 2010-2025, sebagai salah satu daerah yang di arahkan mengembangkan kebijakan pengembangan citra pariwisata yaitu pada objek wisata halimun dan sekitarnya. Sementara pada konstelasi daerah Provinsi Jawa Barat, Kabupaten Bogor sendiri diarahkan sebagai destinasi pariwisata provinsi (DPP); Bogor-Cianjur-Sukabumi, Kawasan Strategis Pariwisata Provinsi (KSPP); Kawasan Puncak dan sekitarnya, serta termasuk dalam Kawasan Pengembangan Pariwisata Provinsi (KPPP); kawasan pariwisata alam perkotaan bogor dan sekitarnya, kawasan ekowisata Gunung Halimun-Salak-Gede Pangrango dan sekitarnya, hal ini ditegaskan lewat peraturan daerah Jawa Barat nomor 15 tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Barat tahun 2016-2026. Disisi lain pada segi kunjungan wisatawan sendiri, Kabupaten Bogor memperoleh peringkat ke tiga pada jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata menurut Kabupaten/Kota di Jawa Barat 2016 dengan total 5.183.992 wisatawan atau sekitar 11,86 % dari total pengunjung yang berkunjung ke Provinsi

Jawa Barat periode tersebut. Hal ini menunjukkan eksistensi sektor pariwisata Kabupaten Bogor mampu bersaing sebagai salah satu potensi sektor unggulan pendongkrak ekonomi daerah.

Guna mendukung sektor pariwisata sebagai salah satu *leading sector* peningkatan ekonomi daerah, pemerintah daerah Kabupaten Bogor telah melakukan *Launching Branding* awal daerah mereka dengan slogan “*The City of Sport and Tourism*” sebagai salah satu program kerja Bupati Bogor Ade Yasin dan Wakil Bupati Bogor Iwan Setiawan pada tanggal 22 april 2019 yang bertepatan dengan kegiatan Musyawarah Perencanaan Pembangunan (musrembang) sebagai bagian dari tahap penyusunan rencana pembangunan jangka menengah daerah (RPJMD) tahun 2018-2023, kemudian *branding* tersebut pun direvisi menjadi “Kabupaten Bogor *Sport and Tourism*”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah sendiri telah memberi arahan kepada daerah untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan. Penegasan terhadap otonomi daerah dimunculkan kembali lewat Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 yang merevisi dan melengkapi peraturan terkait yang telah ada. Kesadaran akan perbedaan karakteristik yang dimiliki daerah dengan keunikannya masing-masing memunculkan hak pada pemerintah daerah atas pengembangan dari dalam yang dirasa akan lebih efektif dan efisien.

Pemerintah Kabupaten Bogor melalui *branding* “Kabupaten Bogor *Sport and Tourism*” telah menunjukkan respon terhadap arahan pemerintah pusat dalam mengembangkan Kabupaten Bogor sebagai daerah yang diarahkan sebagai salah satu destinasi pengembangan citra pariwisata dalam konsep arahan pariwisata nasional. Peluncuran *branding* “Kabupaten Bogor *Sport and Tourism*” tanggal 22 april 2019, yang bertepatan dengan kegiatan Musyawarah Perencanaan Pembangunan (musrembang). Peluncuran *branding* “Kabupaten Bogor *Sport and Tourism*” tidak lepas dari tanggapan akan permintaan pariwisata yang memprioritaskan penawaran fasilitas wisata yang diproyeksi dapat menjadi daya

tarik wisata daerah kedepannya. Penegasan terhadap *branding* ini sendiri dibuktikan dari ketersediaan *venue* olahraga bertaraf internasional mulai dari; lapangan sepak bola, *venue* paralayang, sirkuit balap motor, dan lapangan golf. Selain itu, Kabupaten Bogor juga memiliki 55 daya tarik wisata, 18 rekreasi dan hiburan umum, 25 desa wisata, 395 akomodasi, 524 rumah makan dan restoran, 253 sanggar seni, serta 1 kampung budaya yaitu Kampung Urug.

Terlepas dari besarnya harapan yang ada pada konsep *branding* yang hendak di implementasikan Kabupaten Bogor sendiri, pertanyaan yang kemudian muncul adalah apakah *branding* ini memang sesuai dengan karakteristik daerah secara komprehensif dan bagaimana parameter kesuksesan serta implementasi keberlanjutannya bagi Kabupaten Bogor dalam upaya menyukseskan arahan pusat dengan mencitrakan diri sebagai daerah tujuan wisata itu sendiri. Berdasarkan penjabaran rumusan masalah di atas maka dapat dibuat suatu kesimpulan pertanyaan penelitian yang hendak dijawab melalui penelitian ini yaitu; “Bagaimana potensi pariwisata Kabupaten Bogor dalam menerapkan *branding* Kabupaten Bogor *Sport and Tourism*?”.

### **1.3 Tujuan Dan Sasaran Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi potensi pariwisata Kabupaten Bogor dalam menerapkan *branding Sport and Tourism*. Berkaitan dengan mencapai tujuan tersebut maka sasaran dari penelitian ini adalah;

1. Terumuskannya variabel dan kriteria potensi pariwisata dari aspek 4A dari tinjauan literatur, kebijakan nasional dan kebijakan daerah.
2. Teridentifikasinya karakteristik pariwisata Kabupaten Bogor dari aspek 4A (*Attraction, Amenities, Accessiblity, dan Ancillary*).
3. Teridentifikasinya potensi pariwisata Kabupaten Bogor dari karakteristik pariwisatanya berdasarkan aspek 4A (*Attraction, Amenities, Accessiblity, dan Ancillary*).

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah mengetahui identifikasi potensi pariwisata Kabupaten Bogor dalam melihat kesesuaian potensi, manfaat, serta dampak pariwisata yang kemudian disesuaikan dengan penerapan konsep *branding* atau membangun citra. Penilaian akan potensi tersebut kemudian diterapkan pada *level* penataan suatu kota atau daerah guna menyesuaikan dampaknya terhadap arahan pengembangan, pembangunan, ekonomi dan sosial masyarakat daerah terkhususnya pada Kabupaten Bogor. Sehingga dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya terutama terkait dengan *branding* sebagai konsep pengembangan wilayah Kabupaten Bogor dan meningkatkan pemahaman terkait potensi yang dimiliki Kabupaten Bogor sebagai lokasi studi kasus.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu gambaran dan referensi dalam mengembangkan potensi sektor pariwisata bagi pemerintah daerah Kabupaten Bogor dalam menentukan tindakan lanjutan yang berkaitan dengan peninjauan kembali atas Rencana Tata Ruang serta Rencana Pembangunan Daerah Kabupaten Bogor sebagai suatu dasar hukum yang hendak menjadi landasan orientasi perencanaan dan pengembangan daerah dalam membangun pencitraan kota kedepannya.

## **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Materi**

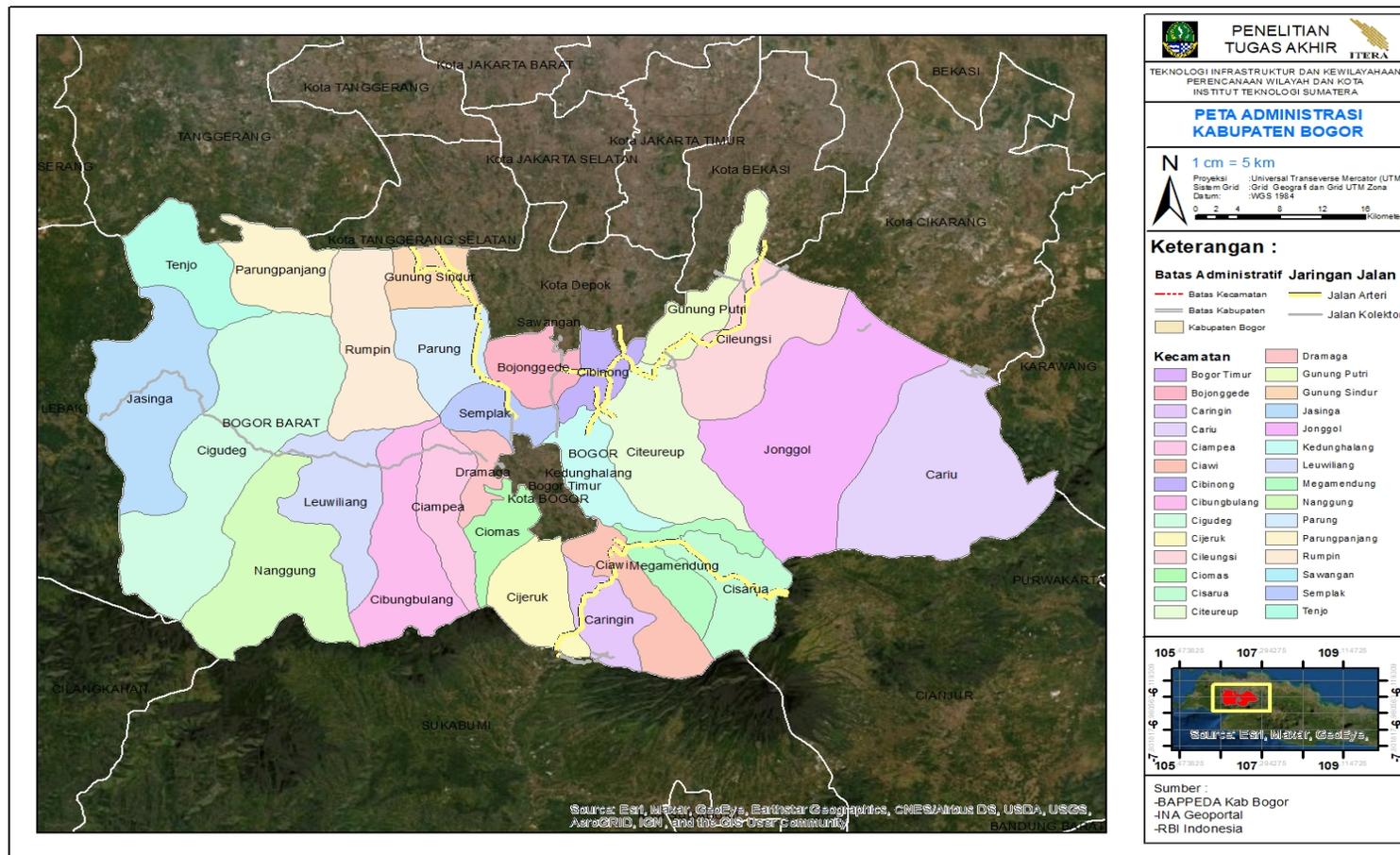
Ruang lingkup materi penelitian ini berfokus pada sektor pariwisata yang ditinjau dari aspek penawaran, yaitu 4A terdiri dari *Attraction*, *Amenities*, *Accessiblity*, dan *Ancillary*. Penekanan atas peninjauan aspek 4A pada penelitian ini didasari oleh pencitraan daerah yang sedang di bangun oleh Pemerintah Daerah

Kabupaten Bogor yang bertransisi dari sektor industri dan pertanian ke arah sektor pariwisata. Peninjauan aspek 4A digunakan sebagai indikator dalam menentukan potensi pariwisata yang berada di Kabupaten Bogor, yang berfokus pada kelengkapan dan ketersediaan objek, fasilitas, serta hal-hal yang berhubungan dengan pariwisata yang dapat ditawarkan Kabupaten Bogor sebagai destinasi wisata. Indikator, variabel serta kriteria yang digunakan untuk menganalisis potensi serta kesiapan ini didapat dari hasil kajian literatur, kebijakan terkait dan preseden terlebih dahulu yang berhubungan dengan topik bahasan dalam penelitian.

### 1.5.2 Ruang Lingkup Wilayah

Lokasi studi penelitian ini berada di Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Secara astronomis, Kabupaten Bogor terletak antara 6 19' Lintang Utara dan 647' Lintang Selatan dan antara 106 01'– 107 103' Bujur Timur. Kabupaten Bogor sendiri juga termasuk dalam bagian dari kota metropolitan Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi). Secara administratif, Kabupaten Bogor berbatasan dengan wilayah sebagai berikut:

- Sebelah utara : Kabupaten Tangerang dan Kota Tangerang Selatan  
(Provinsi Banten), Kota Bekasi, Kabupaten Bekasi  
dan Kota Depok;
- Sebelah timur : Kabupaten Karawang, Kabupaten Purwakarta dan  
Kabupaten Cianjur;
- Sebelah selatan : Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Sukabumi;
- Sebelah barat : Kabupaten Lebak (Provinsi Banten);
- Sebelah tengah : Kota Bogor.



Sumber: Hasil Pengolahan Arcgis 10.3

**GAMBAR 1.2 PETA ADMINISTRASI KABUPATEN BOGOR**

## **1.6 Metodologi Penelitian**

### **1.6.1 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi potensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten Bogor yang dilihat dari aspek penawaran pariwisata 4A yang disesuaikan dengan tinjauan literatur, peraturan-peraturan terkait, serta keadaan dilapangan dengan menggunakan pendekatan deduktif. Pendekatan deduktif adalah pendekatan yang menggunakan logika untuk menarik suatu kesimpulan berdasarkan aturan yang berlaku. Metode ini sering digambarkan sebagai pengambilan kesimpulan dari sesuatu yang umum ke sesuatu yang khusus (*going from general to the specific*). Pendekatan ini digunakan ketika dasar teoritik kemudian mendapatkan konfirmasi secara hipotesis atau obsevasi disesuaikan dengan kasus di lapangan.

Berdasarkan hal yang dibahas dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif (Mix method). Menurut Creswel (2013) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meyelidiki suatu isu dengan cara mengumpulkan cerita dari berbagai individu melalui pendekatan naratif dengan wawancara secara mendalam. Ciri-ciri dari penelitian kualitatif adalah berkembang dinamis, pertanyaan-pertanyaan terbuka, data wawancara, observasi, dokumentasi dan audiovisual, analisis tekstual dan gambar, dan interpretasi tema-tema dan pola-pola. Kemudian penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang lebih banyak menggunakan logika hipotesis verifikasi yang dimulai dengan pendekatan deduktif untuk menurunkan hipotesis kemudian melakukan pengujian di lapangan (Tanzeh, 2011).

### **1.6.2 Jenis Dan Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian kali ini menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Data yang digunakan disesuaikan dengan topik pembahasan dengan sasaran penelitian. Metode pengumpulan data meliputi pengumpulan data primer yang dilakukan dengan observasi lapangan, dan data sekunder yang diperoleh dari publikasi dan jurnal di internet, dinas-dinas terkait. Kebutuhan data pada penelitian ini disesuaikan dengan pembahasan yang

menggunakan pendekatan aspek penawaran pariwisata 4A yang ditinjau dari studi literatur yang sesuai dengan topik pembahasan penelitian.

### **1.6.3 Metode Analisis (kualitatif dan kuantitatif)**

#### **1.6.3.1 Analisis Kualitatif**

##### a) Analisis Isi (*content analysis*)

Analisis isi adalah sebuah metode penelitian yang berfokus pada pengkajian makna konten aktual dan fitur internal media. Hal ini digunakan untuk membuat suatu maksud dari suatu konsep, tema, atau topik yang memiliki banyak tafsiran menentukan keberadaan kata-kata tertentu, konsep, tema, frase, karakter, atau kalimat dalam teks-teks atau serangkaian teks. Weber dalam Jumal (2018) menjelaskan analisis isi adalah sebuah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid dari teks. Selanjutnya Krippendorff dalam Jumal (2018) mengemukakan analisis isi sebagai suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi (ditiru) dan shahih datanya dengan memerhatikan konteksnya. Analisis ini akan digunakan untuk menjawab sasaran pertama yaitu mengidentifikasi variabel atau indikator permintaan pariwisata yang didasari dari tinjauan literatur, kebijakan nasional dan daerah.

##### b) Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2005) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Penggunaan metode ini nantinya akan digunakan untuk membahas sasaran ke dua pada penelitian ini terkait karakteristik serta profil pariwisata Kabupaten Bogor dalam upaya memberikan penilaian akan potensi dengan indikator yang telah disesuaikan.

#### **1.6.3.2 Analisis Kuantitatif**

##### a) Analisis Skoring (*Scoring*)

Metode ini akan digunakan untuk menjawab sasaran ketiga yaitu mengidentifikasi potensi pariwisata olahraga Kabupaten Bogor dari aspek 4A. Teknik skoring pada penelitian ini adalah dengan memberikan penilaian antara 1 sampai 3 pada setiap variabel penelitian kemudian jumlah seluruhnya akan menghasilkan total skor pada setiap variabel penelitian.

Metode skoring digunakan sebagai alat menilai potensi pariwisata dengan cara memberikan nilai pada setiap faktor penilaian sehingga diperoleh kelas potensi berdasarkan perhitungan nilai setiap variabel penilaian. Penilaian dilakukan dengan melihat nilai tengah dari hasil pengamatan/observasi dengan memberikan penilaian skor atau skor tengahnya, dengan rumus sturges (1926) sebagai berikut:

$$K = 1+(3,3) \log n$$

Dimana:

K = banyak kelas

n = Jumlah Aspek Pengamatan

Maka apabila n sama dengan 4 (4 Aspek Penawaran):

$$K = 1+(3,3) \log 4$$

$$K = 1 + 1.987$$

$$K = 2.987$$

$$K \approx 3$$

Skoring dilakukan untuk menentukan klasifikasi tingkat potensi daya tarik wisata yang ditentukan dengan rumus sturges dalam Galuh Bintarti (2015) sebagai berikut:

$$P = \frac{a - b}{K}$$

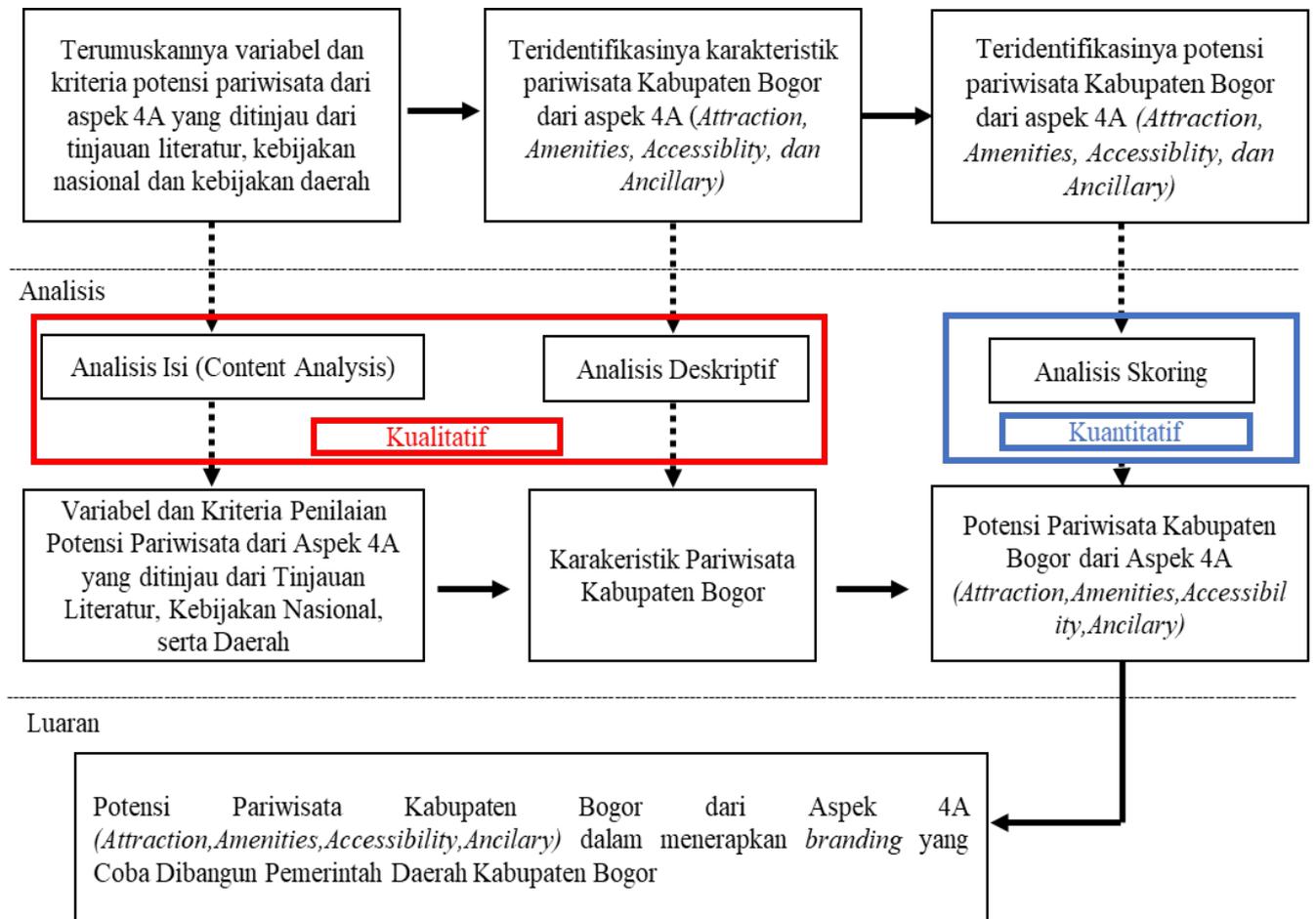
Dimana P = Interval Kelas

A = nilai skor tertinggi (3 x 12)

B = nilai skor terendah (1 x 12)

K = jumlah kelas (3)

### 1.6.3.3 Kerangka Kerja Analisis



Sumber: Analisis 2021

**GAMBAR 1.3 KERANGKA KERJA ANALISIS**

Alur kerja dalam menganalisis data yang digunakan penulis pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar diatas. Penelitian ini menggunakan metode gabungan antara metode analisis kualitatif dan analisis kuantitatif (mix method). Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa terdapat keterkaitan antar tiap sasaran dalam membangun suatu kesimpulan guna menjawab tujuan penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi pariwisata Kabupaten Bogor dalam mendukung upaya membangun citra kota atau *branding* “Kabupaten Bogor Sport and Tourism”. Penelitian ini menggunakan gabungan antara analisis kualitatif dan kuantitatif (*mix method*), dengan tujuan menentukan

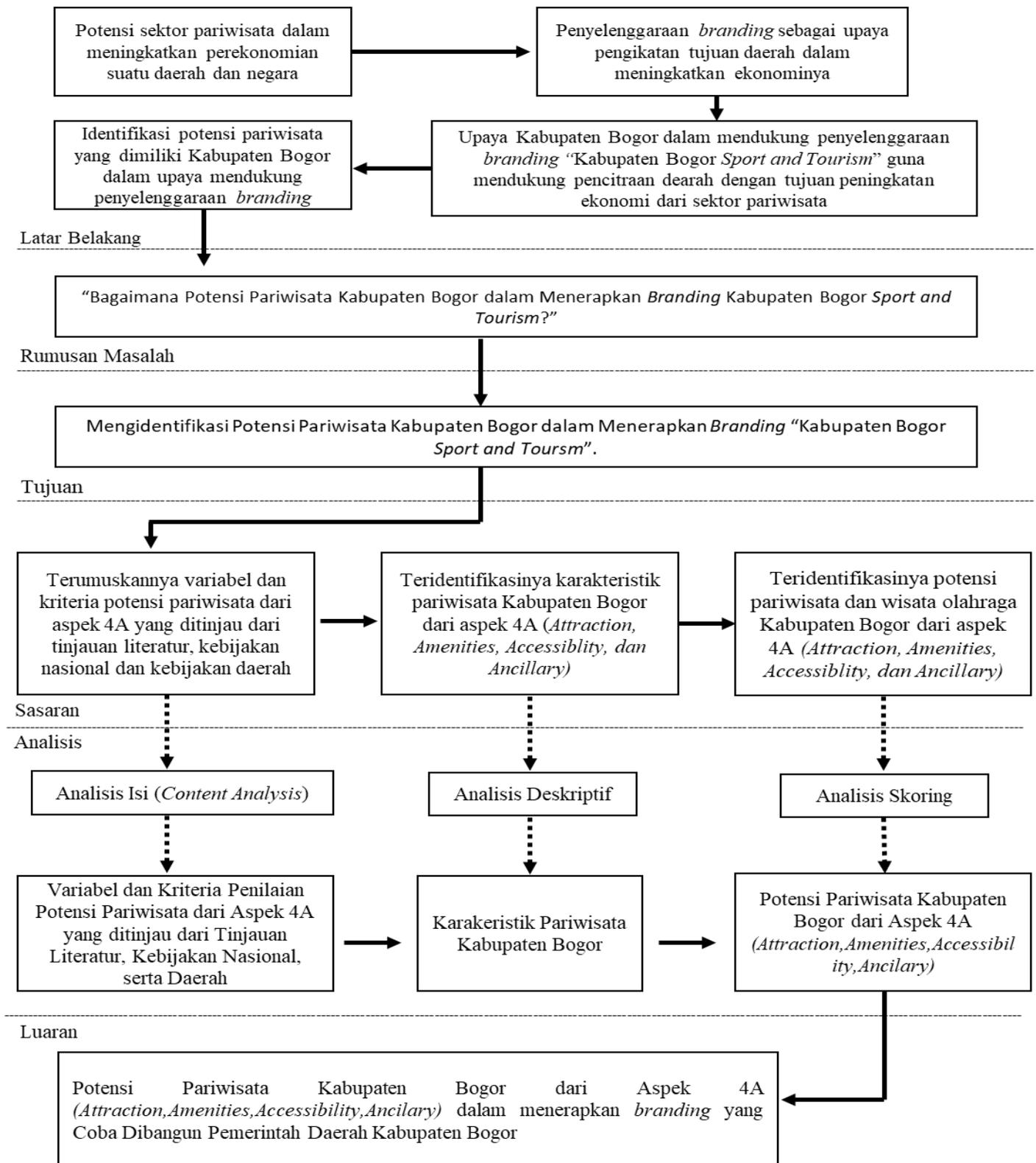
nilai potensi pariwisata yang ditinjau dari aspek 4A yang dimiliki Kabupaten Bogor sebagai salah satu destinasi wisata. Sistematis analisis pada penelitian ini terbagi menjadi tiga tahap yang saling berkaitan dalam menjawab tujuan penelitian, yaitu; tahap penentuan variabel-variabel kriteria serta indikator yang ditinjau dari aspek 4A, tahap perbandingan antara kondisi eksisting yang ada di Kabupaten Bogor yang disesuaikan dengan variabel-variabel serta indikator yang telah ditentukan, dan terakhir dilakukan tahap penilaian menggunakan metode skoring atas variabel dan kondisi eksisting.

Penentuan variabel-variabel serta kriteria penilaian tersebut didapatkan melalui pendekatan penilaian variabel dan kriteria pariwisata dari aspek 4A yang diperoleh melalui metode analisis konten isi yang ditinjau dari tinjauan literatur, kebijakan nasional serta daerah sesuai dengan tema bahasan yang nantinya akan lebih banyak dibahas pada sub bab 4.1. Variabel Dan Kriteria Pariwisata Dari Aspek 4A Dari Tinjauan Literatur, Kebijakan Nasional Dan Kebijakan Daerah.

Selanjutnya setelah menentukan variabel-variabel yang akan menjadi indikator penelitian, maka dilakukan perbandingan antara kondisi eksisting yang ada di Kabupaten Bogor yang disesuaikan dengan variabel-variabel serta indikator yang telah ditentukan. Perbandingan yang dilakukan pada penelitian ini sendiri menggunakan metode analisis deskriptif yang disesuaikan dengan tiap-tiap batasan pembahasan yang akan lebih banyak dibahas pada sub bab 4.2. Karakteristik Pariwisata Kabupaten Bogor Dari Aspek 4A (*Attraction, Amenities, Accessibility, Dan Ancillary*).

Tahap selanjutnya adalah menentukan seberapa besar potensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten Bogor. Hal ini didapatkan dengan melakukan perhitungan antara variabel-variabel indikator penelitian dan membandingkannya dengan kondisi eksisting yang ada di Kabupaten Bogor. Perhitungan besaran potensi pada penelitian ini sendiri menggunakan metode analisis skoring yang akan lebih banyak dibahas pada sub bab 4.3. Potensi Pariwisata Kabupaten Bogor Dari Aspek 4A (*Attraction, Amenities, Accessibility, dan Ancillary*).

## 1.7 Kerangka Berpikir



Sumber: Analisis 2021

**GAMBAR 1.4 KERANGKA BERPIKIR**

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang digunakan dalam proposal tugas akhir terbagi menjadi 5 bagian yang bertujuan untuk mempermudah memberi gambaran secara keseluruhan mengenai isi dari penulisan yang masing-masing diuraikan sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam BAB ini akan dipaparkan secara umum mengenai latar belakang penulis mengangkat permasalahan dan perumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup, manfaat penelitian dan kerangka berpikir.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam BAB ini akan dipaparkan secara teoritis mengenai kajian atau tinjauan umum yang berkaitan dengan teori yang melatarbelakangi dan model atau teknik analisis yang digunakan dalam metoda studi.

### **BAB III: GAMBARAN UMUM**

Dalam BAB ini akan dipaparkan secara rinci dengan menggambarkan kondisi wilayah penelitian yang meliputi kondisi geografis, kependudukan, tata guna lahan kondisi sarana dan prasarana.

### **BAB IV: METODE PENELITIAN**

Dalam BAB ini akan dipaparkan mengenai pendekatan penelitian, metode dan teknik yang digunakan oleh penulis serta data yang dibutuhkan dalam melakukan analisis.

### **BAB V: KESIMPULAN DAN RANCANGAN PENELITIAN**

Dalam BAB ini akan dipaparkan mengenai timeline rencana waktu pengerjaan penelitian dan outline laporan tugas akhir yang direncanakan.