

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pariwisata

2.1.1. Pengertian Pariwisata

Menurut Isdarmanto (2017) Pariwisata lebih spesifik merupakan gejala dari pergerakan manusia secara kotemporer dan spontan di dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu.

Isdarmanto juga menyebutkan pada dasarnya pariwisata itu motif kegiatannya adalah untuk mengisi waktu luang, untuk bersenang-senang, bersantai, studi, kegiatan agama dan mungkin untuk kegiatan olahraga. Selain itu semua kegiatan tersebut dapat memberi keuntungan bagi pelakunya baik secara fisik maupun psikis baik sementara maupun dalam jangka waktu lama, serta untuk prospek jangka panjangnya (*sustainable tourism*)

Menurut *World Tourism Organization* (WTO), pariwisata adalah kegiatan seseorang yang akan berpergian atau tinggal di suatu tempat diluar dari lingkungannya yang biasa dalam waktu yang tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk bisnis, kesenangan ataupun tujuan lainnya.

Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pemerintah, pengusaha dan pemerintah daerah.

2.1.2. Pengertian Destinasi

Arsya Hanif, Andriani Kusumawati dan M. Kholid Mawardi (2016) mengemukakan destinasi pariwisata mencakup segala sesuatu yang ada di daerah, baik masyarakatnya, lanskap, industri lain, dan hal lainnya yang dapat menjadi bagian dari pengalaman destinasi, kekhasan lokal yang dapat dinikmati wisatawan meskipun bukan bagian dari ekonomi

pariwisata secara khusus. Komponen utama destinasi menurut Sunaryo (2013) dalam Arsyah Hanif, Andriani Kusumawati dan M. Kholid Mawardi (2016) terbagi menjadi lima, mencakup objek dan daya tarik wisata (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), amenitas (*amenities*), fasilitas pendukung (*ancillary services*), dan kelembagaan (*institutions*).

2.1.3. Daya Tarik Wisata

Menurut Isdarmanto dalam Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata (2017) jenis daya tarik wisata yang biasanya ditampilkan di destinasi pariwisata :

- a. Daya tarik wisata alam (*natural tourist attraction*), segala bentuk daya tarik yang dimiliki oleh alam, misalnya: laut, pantai, gunung, danau, lembah, bukit, air terjun, ngarai, sungai, hutan
- b. Daya tarik wisata buatan manusia (*man-made tourist attraction*), meliputi: Daya tarik wisata budaya (*cultural tourist attraction*), misalnya: tarian, wayang, upacara adat, lagu, upacara ritual dan daya tarik wisata yang merupakan hasil karya cipta, misalnya: bangunan seni, seni pahat, ukir, lukis.

2.2. Citra Destinasi

2.2.1. Pengertian Citra Destinasi

Arya Hanif, Andriani Kusumawati dan M. Kholid Mawardi (2016) menjelaskan bahwa Citra Destinasi (*destination image*) merupakan keyakinan/pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata.

Berdasarkan penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa citra destinasi adalah suatu pandangan dari wisatawan mengenai destinasi wisata yang akan dikunjungi.

2.2.2. Instrumen Citra Destinasi

Menurut Chi & Qu (2008) dalam Tesis Salman Paludi (2017), instrument yang digunakan untuk mengukur variabel citra destinasi ada sembilan indikator, yaitu lingkungan, wisata alam, acara dan hiburan, atraksi bersejarah/budaya, infrastruktur, aksesibilitas, relaksasi, kegiatan luar ruangan, serta harga dan nilai.

1. Lingkungan, yaitu keadaan lingkungan di dalam maupun di sekitar objek wisata. Hal ini meliputi keamanan lokasi wisata, kebersihan, keramahtamahan warga, dan ketenangan suasana.
2. Wisata alam, merupakan keadaan wisata alam atau keindahan pemandangan di objek wisata
3. Acara dan hiburan, yaitu ragam acara dan hiburan yang disajikan di lokasi objek wisata
4. Atraksi bersejarah/budaya, yaitu keadaan kebudayaan lokal yang menjadi ciri khas dari objek wisata
5. Infrastruktur, yaitu fasilitas pendukung yang ada di dalam dan sekitar objek wisata
6. Aksesibilitas, yaitu kelancaran atau kemudahan akses untuk mencapai lokasi objek wisata
7. Relaksasi, yaitu kondisi atau keadaan dimana objek wisata dapat membantu pengunjungnya untuk menenangkan pikiran serta menyegarkan tubuhnya
8. Kegiatan luar ruangan, yaitu kegiatan yang bisa dilakukan pengunjung di alam terbuka di dalam dan sekitar objek wisata
9. Harga dan nilai, yaitu segala biaya yang dikeluarkan pengunjung/wisatawan selama berada di objek wisata.

Kesembilan indikator tersebut dikaitkan dengan gambaran wisatawan tentang destinasi wisata tujuan yang didapatkan dari internet.

2.2.3. Dimensi Citra Destinasi

Menurut Lopes *et al* (2011) dalam Quenda (2019), citra destinasi memiliki 2 (dua) dimensi, yaitu :

1. *Cognitive destination image*

Mengacu pada manfaat yang diberikan untuk setiap atribut wisata.

2. *Affective destination image*

Mengacu pada perasaan dan emosi yang melekat pada tujuan destinasi. Perasaan dan emosi ini sangat dipengaruhi oleh motivasi wisatawan .

2.2.4. Indikator Citra Destinasi

Beberapa dibawah ini merupakan indikator citra destinasi:

1) *Cognitive destination image* menurut Cobaan 2012 (dalam Quenda, 2019):

a. Atraksi Wisata

Dipersembahkan sebagai bagian untuk menarik minat para wisatawan dan memiliki tujuan demi memberikan kesan kesenangan.

b. Fasilitas Dasar

Sarana pelayanan dasar suatu lingkungan yang diperuntukan bagi masyarakat umum atau para wisatawan dalam melakukan aktivitas.

c. Aksesibilitas

Semua sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dalam kaitannya dengan motivasi kunjungan wisata

d. Lingkungan Alam

Lingkungan yang bersih akan membuat wisatawan merasa nyaman berkunjung ke suatu destinasi wisata.

- 2) *Affective destination image* menurut Aviolitasona, 2017 (dalam Quenda, 2019):
- a. Sesuatu yang Menyenangkan pada Destinasi Wisata
Destinasi wisata yang menyenangkan akan mengundang wisatawan untuk berkunjung
 - b. Kondisi Aman pada Destinasi
Amannya kondisi suatu destinasi akan membuat wisatawan nyaman dan mengurangi kekhawatiran
 - c. Kelayakan Destinasi Wisata Untuk dikunjungi
Layaknya suatu destinasi wisata akan membuat wisatawan merasa senang dan nyaman

2.3. Minat Wisatawan Berkunjung

2.3.1. Pengertian Minat Berkunjung

Menurut Albarq dalam Deksono (2017), teori minat berkunjung dianalogikan sama dengan minat pembeli. Minat menurut Kotler dan Susanto dalam Deksono (2017), minat sebagai dorongan, yaitu rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk.

Sondakh, 2016 (dalam Deksono, 2017) menyatakan bahwa pelayanan, keamanan dan daya tarik berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap minat berkunjung wisatawan.

Deksono (2017) mengartikan bahwa minat berkunjung wisatawan sebagai suatu keinginan dimana seorang wisatawan tertarik untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata.

Jadi bisa disimpulkan bahwa seseorang atau sekelompok orang memiliki minat untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata adalah untuk memenuhi kebutuhannya. Baik itu kebutuhan pekerjaan, mencari ilmu pengetahuan, ataupun hanya sekedar *leisure*.

2.3.2. Indikator Minat Berkunjung

Menurut Ferdinan dalam Deksono (2017) minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat Transaksional, kecenderungan seseorang untuk membeli produk
- b. Minat Referensial, kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain
- c. Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuai dengan produk preferensinya.
- d. Minat Eksploratif, minat itu menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.4. Lingkungan Pariwisata

2.5.1. Pengertian Lingkungan Pariwisata

Pengertian lingkungan menurut KBBI adalah daerah atau kawasan yang termasuk di dalamnya. Di dalam industri pariwisata lingkungan fisik adalah bentuk daya tarik yang bisa dimanfaatkan sebagai atraksi. Fisik tersebut meliputi bentang alam, flora fauna, gejala alam hingga lingkungan buatan berupa situs kebudayaan, perkotaan, pedesaan dan peninggalan sejarah.

2.5. Hubungan Antar Variabel

2.5.1. Hubungan antara citra destinasi terhadap minat wisatawan berkunjung

Ling *et al*, 2010 (dalam Nafis, 2020) menegaskan bahwa suatu citra destinasi tertentu jika bertemu dengan harapan wisatawan maka akan menghasilkan tingkat kepuasan dan akan meningkatkan

kemungkinan untuk berkunjung dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Citra destinasi sangat mempengaruhi minat wisatawan untuk memiliki dan berkunjung destinasi wisata.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah hal penting bagi penelitian. Karena dengan adanya referensi dari penelitian terdahulu akan berfungsi sebagai dasar pemikiran dan juga bahan acuan bagi peneliti untuk membuat penelitian skripsi. Beberapa dibawah ini merupakan penelitian terdahulu yang mendasari penelitian :

Tabel 2.1
Matrik Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1	Gemini Arja Saragih (2020)	Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan di Danau Toba Kabupaten Simalungun	Citra Destinasi (X) Tingkat Kunjungan Wisatawan (Y)	Analisis kuantitatif dengan jenis data dan sumber data berupa data primer dengan jenis data <i>cross section</i> yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Analisis regresi berganda dan <i>path analysis</i> oleh SPSS	Terdapat pengaruh signifikan citra destinasi (karakteristik alam, faktor bencana, amenitas dan infrastruktur) secara simultan terhadap afektif destinasi/minat berkunjung di Danau Toba.

2	Jushendriawati (2021)	Pengaruh Atraksi Wisata, Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Warung Terapung (<i>Water</i>) Amassangan Kecamatan Malangke Barat	Atraksi Wisata (X_1) Citra Destinasi (X_2) Daya Tarik Wisata (X_3) Minat Kunjung (Y)	Penelitian Kuantitatif, dengan sumber data primer (kuesioner). Analisis SPSS ver. 22	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung. 2. Citra destinasi berpengaruh positif terhadap minat pengunjung. 3. Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung 4. Atraksi wisata, citra destinasi dan daya tarik wisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada wisata terapung (<i>water</i>) Amassangan Kecamatan Malangke Barat
3	Dwi Fitriani (2021)	Pengaruh Lokadi dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Genilangit Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan Provinsi Jawa Timur	Lokasi (X_1) Citra Destinasi (X_2) Keputusan Berkunjung (Y)	Penelitian kuantitatif dengan populasi tak terhingga dan sampel sebanyak 100 orang. Menggunakan metode <i>incidental sampling</i> dengan pengumpulan data dari angket/kuesio	Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari lokasi dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung taman wisata Genilangit sebesar 54,5%.

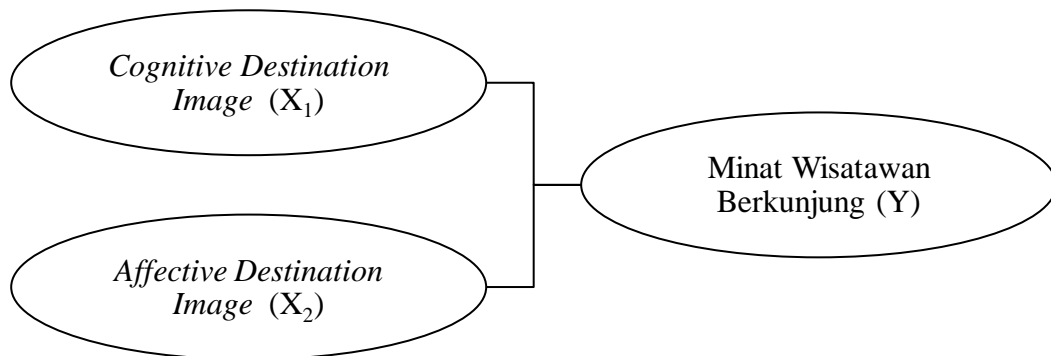
				ner. Analisis data menggunakan validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana dan regresi linier berganda dengan SPSS	
--	--	--	--	---	--

Sumber: Olahan peneliti, 2022

2.8. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan judul penelitian, maka secara sistematis dapat digambarkan kerangka pemikiran melalui diagram pada Gambar 2.1.

Citra Destinasi (X)



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : *Data diolah 2022*

2.9. Hipotesis

Bersasarkan kerangka berfikir diatas maka hipotesis yang dapat dirumuskan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

H₁ : Citra Destinasi (*cognitive destination image*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Wisatawan Berkunjung

H₂ : Citra Destinasi (*affective destination image*) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Wisatawan Berkunjung