

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pariwisata

2.1.1 Pengertian Parriwisata

Pengertian pariwisata menurut Etimologi yaitu kata pariwisata berasal dari dua suku kata bahasa Sanskerta yaitu “pari” yang berarti banyak atau berkali-kali dan “wisata” yang berarti perjalanan atau berpergian, jadi pariwisata bisa diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan lebih dari satu kali bahkan bisa berkali-kali.

Secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang untuk sesaat yang akan diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lainnya dengan cara meninggalkan tempat sebelumnya dan semuanya sudah terencana dan tidak untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi.

Menurut Nurdin Hidayah (2019) pariwisata adalah perjalanan wisata yang dilakukan secara banyak atau berkeliling, baik secara terencana maupun tidak terencana yang bisa menghasilkan pengalaman bagi pelakunya.

Menurut Hunziaker dan Krapf dalam Ilyas (2009) pariwisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing disuatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal disitu untuk melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang permanen maupun sementara. Dalam artian pariwisata adalah perjalanan wisata yang dilakukan oleh banyak orang dengan tujuan berkeliling dan menghasilkan pengalaman bagi pelakunya. Pariwisata juga melibatkan tinggalnya orang asing di suatu tempat, asalkan mereka tidak tinggal untuk melakukan pekerjaan yang memberikan keuntungan permanen atau sementara.

Menurut definisi yang lebih luas yang dikemukakan oleh Kodhyat dalam Unga (2011), pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara, dilakukan baik oleh perorangan

Atau kelompok, sebagai usaha dari mencari keseimbangan, dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi social, budaya, alam, dan ilmu. Artinya pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan mencari keseimbangan dan kebahagiaan dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial, budaya, alam, dan ilmu

Berdasarkan Undang – Undang No. 9 Tahun 2009 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pengertian lain tentang pariwisata yaitu salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam menyediakan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor – sektor produktivitas lainnya (Wahab, 1996).

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

Dari pengertian pariwisata diatas maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pariwisata mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Terdapat dua lokasi yang saling terkait yaitu daerah asal dan juga daerah tujuan (destinasi)
2. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki objek dan daya tarik wisata
3. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki sarana dan prasarana pariwisata
4. Pelaksana perjalanan ke daerah tujuan dilakukan dalam waktu sementara.
5. Terdapat dampak yang ditimbulkan khususnya daerah tujuan segi sosial, budaya, ekonomi dan lingkungan.

2.2 Komponen Produk 4 A (Attraction, Accesibility, Amenity dan Ancillary)

Menurut Cooper dkk dalam Setyanto dan Pangestuti (2019) menyatakan bahwa ada empat komponen pariwisata yang harus dimiliki oleh sebuah objek

wisata, empat komponen pariwisata yang dimaksud ialah *Attracion, Accessibility, Amenity and Acillary*

a. Attraction

Attraction atau atraksi adalah produk utama sebuah destinasi. Atraksi berkaitan dengan what to see dan what to do. Apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di destinasi tersebut. Atraksi bisa berupa keindahan dan keunikan alam, budaya masyarakat setempat, peninggalan bersejarah, ciri khas serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan. Seharusnya sebuah atraksi harus mempunyai nilai diferensiasi yang tinggi. Unik dan berbeda dari daerah atau wilayah lain.

Bisa *dijelaskan* bahwa atraksi atau *atraksi* adalah produk utama dari suatu tujuan wisata. Ini berarti bahwa atraksi adalah hal-hal yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang mengunjungi suatu tempat wisata. Atraksi ini dapat berupa berbagai hal, seperti keindahan alam, keunikan budaya lokal, bangunan bersejarah, dan atraksi buatan seperti taman hiburan dan fasilitas hiburan.

Dalam konteks ini, atraksi sangat penting karena menjadi faktor penentu dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu tujuan wisata. Semakin menarik dan unik *atraksi* yang ditawarkan, semakin besar kemungkinan wisatawan akan tertarik untuk datang. Oleh karena itu, penting bagi suatu tujuan wisata untuk memiliki atraksi yang berbeda dan unik agar dapat bersaing dengan tujuan wisata lainnya.

Selain *itu*, bahwa atraksi harus memiliki tingkat diferensiasi yang tinggi. Artinya, atraksi tersebut harus memiliki ciri khas yang membedakannya dari daerah atau *wilayah* lainnya. Hal ini penting agar suatu tujuan wisata dapat menarik minat wisatawan yang mencari pengalaman yang berbeda dan unik. Dengan memiliki atraksi yang berbeda, suatu tujuan wisata dapat menarik wisatawan yang ingin mengalami sesuatu yang baru dan berbeda.

Dalam konteks ini, atraksi juga dapat menjadi daya tarik utama dalam *mempromosikan* suatu tujuan wisata. Dengan memperkenalkan

atraksi yang menarik dan unik, suatu tujuan wisata dapat menarik perhatian wisatawan potensial dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

b. Accessibility

Aksesibilitas ialah sarana dan infrastruktur untuk menuju ke suatu destinasi wisata seperti akses jalan raya, tersedianya sarana transportasi dan rambu-rambu petunjuk arah jalan. Tersedianya sarana dan infrastruktur merupakan aspek yang penting untuk sebuah destinasi wisata. Indonesia memiliki keindahan alam dan budaya yang sangat layak untuk dijual kepada wisatawan, tapi tidak memiliki aksesibilitas yang baik sehingga pada saat diperkenalkan dan dijual banyak yang tidak tertarik untuk mengunjunginya. Perlu diperhatikan untuk akses jalan yang baik, selain itu perlu juga untuk memperhatikan ketersediaan sarana transportasi. Bagi individual tourist transportasi umum sangat penting untuk mereka karena mereka mengatur perjalanannya sendiri tanpa *travel agent* sehingga mereka sangat bergantung dengan sarana dan fasilitas publik.

Dapat dijelaskan dari penjelasan diatas adalah, bahwa aksesibilitas merupakan faktor kunci dalam pengembangan destinasi wisata. Aksesibilitas mencakup sarana dan *infrastruktur* yang memungkinkan wisatawan untuk mencapai suatu tempat wisata, seperti jalan yang baik dan sarana transportasi umum yang memadai. Dokumen tersebut menekankan pentingnya akses jalan yang baik dan ketersediaan sarana transportasi umum yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan.

c. Amenity

Amenity atau amenities yang artinya adalah semua fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung selama mereka berada di destinasi wisata yang dikunjunginya, amenities ini berkaitan dengan ketersediaannya sarana akomodasi untuk menginap, restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain yang mungkin dibutuhkan oleh pengunjung seperti toilet umum, tempat parkir, rest area, klinik kesehatan, dan tempat ibadah yang sebaiknya harus tersedia di sebuah destinasi. Tentu saja fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu melihat

dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi sendiri dan kebutuhan wisatawan. Tidak semua amenities harus berdekatan dan berada di daerah utama destinasi. Destinasi alam dan peninggalan bersejarah sebaiknya agak berjauhan dari amenities yang bersifat komersial, seperti hotel, restoran dan rest area.

Bisa *disimpulkan* bahwa pentingnya ketersediaan amenities atau fasilitas pendukung yang memadai dalam destinasi wisata untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung. Fasilitas-fasilitas seperti akomodasi, restoran, toilet umum, area parkir, klinik kesehatan, dan tempat ibadah harus dipertimbangkan dengan baik berdasarkan situasi dan kondisi destinasi serta kebutuhan wisatawan. Meskipun tidak semua amenities perlu berada di area utama destinasi, tetapi penting untuk memastikan bahwa pengunjung memiliki akses yang mudah dan nyaman ke fasilitas-fasilitas tersebut.

d. Ancillary

Ancillary berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang *mengurus* destinasi tersebut. Ini menjadi penting karena walaupun destinasi sudah mempunyai atraksi, aksesibilitas dan amenities yang baik, tapi jika tidak ada yang mengatur dan mengurus maka ke depannya pasti akan terbengkalai. Organisasi sebuah destinasi akan melakukan tugasnya seperti sebuah perusahaan. Mengelola destinasi sehingga bisa memberikan keuntungan kepada pihak terkait seperti pemerintah, masyarakat sekitar, dan wisatawan.

Dapat disimpulkan bahwa keberadaan organisasi ancillary sangat penting dalam mengelola dan mengorganisir suatu tujuan wisata. Meskipun suatu tujuan wisata memiliki atraksi yang menarik, aksesibilitas yang baik, dan fasilitas yang memadai, tanpa adanya organisasi yang mengelola dan mengorganisirnya, potensi tujuan wisata tersebut tidak dapat terwujud sepenuhnya. Organisasi ancillary bertanggung jawab untuk menjaga keberlanjutan tujuan wisata dan memastikan manfaat yang diperoleh dari tujuan wisata dapat dirasakan oleh berbagai pemangku kepentingan. Oleh karena itu, peran ancillary dalam industri pariwisata sangatlah penting.

2.3 Kepuasan Wisatawan

2.3.1 Pengertian Wisatawan

Menurut Oliver (2015) satisfaction is the consumer's fulfillment response yang artinya bahwa kepuasan ialah respon konsumen terhadap pemenuhan kebutuhan, ia juga menambahkan bahwa kepuasan adalah sebuah penilaian terhadap suatu produk atau layanan. Produk atau layanan itu sendiri yang bisa memberikan tingkat kebutuhan termasuk tingkat pemenuhan yang kurang atau lebih.

Menurut Oliver dalam Supranto (2011) kepuasan merupakan perbandingan antara harapan dengan hasil atau kenyataan. Metode yang dikemukakan oleh Kotler dan Oliver menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan adalah penilaian wisatawan secara menyeluruh mengenai kualitas destinasi yang dirasakan pada objek wisata. Dari sudut pandang tersebut, bisa menarik kesimpulan bahwasanya kepuasan wisatawan adalah selisih antara harapan wisatawan tentang destinasi wisata dengan hasil jasa yang dikasih oleh objek wisata tersebut (Supranto, 2011). Kepuasan wisatawan merupakan perasaan kesukaan dan ketidaksukaan seseorang setelah membandingkan antara harapan dengan hasil atau kinerja terhadap produk atau layanan yang diberikan (Octavia et al, 2015).

Menurut Kotler (2002) menyatakan kepuasan itu sebagai perasaan senang atau kecewa yang keluar pada saat setelah membandingkan antarpersepsi terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapannya. Kepuasan tentang daya tarik wisata dibandingkan dengan harapan wisatawan sebelum berkunjung ke tempat destinasi wisata tersebut.

2.3.2 Dimensi Kepuasan Wisatawan

Ada tiga dimensi kepuasan menurut Valle (2006) yaitu :

1. Kepuasan secara keseluruhan (*General Satisfaction*)
2. Kepuasan atribut (*Attribute Satisfaction*)
3. Pencapaian harapan (*Met Expectation*)

Jika wisatawan merasa tidak puas maka mereka bisa saja menceritakan dengan orang lain tentang pengalamannya yang dibuat kecewa oleh penyedia jasa yang dipakainya. Sehingga tidak akan kembali lagi untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Sedangkan dengan wisatawan yang merasa puas maka mereka akan bercerita terkait pelayanan yang baik dan bagus serta pengalaman yang menyenangkan bagi mereka pada saat ada di tempat tersebut kepada orang lain, tidak menutup kemungkinan mereka akan kembali lagi ke tempat yang sama serta merekomendasikan kepada orang lain. (Valle, 2006)

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini sangat penting dan berkaitan sebagai dasar pemikiran dan acuan dalam pembuatan skripsi ini. Beberapa penelitian terdahulu yang mendasari penelitian ini yaitu :

Tabel 2. 1 Penelitain Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Judul	Persamaan	Perbedaan	Variabel	Hasil
1.	Stella Alviana, Ryan Gerry Patalo, Syarif Hidayatullah,Ike Kusdyah Rachmawati “Pengaruh <i>Attraction</i> , <i>Accessibility</i> , <i>Amenity</i> , <i>Ancillary</i> terhadap Kepuasan Generasi Milenial Berkunjung keTempat Wisata” Universitas Merdeka Malang 2020	Variabel Penelitian	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	<i>Tourism Satisfaction</i>	Hasil penelitian <i>Atraksi</i> dan <i>Ancillary</i> berpengaruh positif dan signifikanterhadap kepuasan pelanggan.

2.	Christi Margareth Mogimpe, Syamsul Bachri “Pengaruh Komponen Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Air Terjun Saluopa Era Covid – 19”. Universitas Tadulako Tahun 2021	Variabel Penelitian	Lokasi Penelitian dan waktu Penelitian	Keputusan Berkunjung	Hasil penelitian adalah menunjukkan bahwa komponen pengembangan pariwisata yang terdiri dari <i>Attraction</i> , <i>Accessibility</i> , <i>Amenity</i> dan <i>Ancillary</i> secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada Air Terjun Saluopa, Kabupaten Poso di Era Pandemi <i>Covid- 19</i> .
3	Bothy Dewandaru, Afif Nur Rahmadi, Nunung Susilaningsih “Pengaruh <i>Attraction</i> , <i>Accesibility</i> , <i>Amenity</i> Dan <i>Ancillary</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Kawasan Wisata Besuki Kediri”. Tahun 2021	Variabel Penelitian	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	Kepuasan Pengunjung	Dari hasil penelitian mengindikasikan bahwa pengunjung milenial atau usia muda lebih mendapatkan kepuasan maksimal ketika <i>Attraction</i> tempat wisata masih alami dan dikelola lebih menarik.

4.	Yan Saputra Saragih, T. Sabrina, Erika Revida “Analisis Pengaruh Pengembangan Pariwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawasan Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Desa Pariksabungan Kabupaten Simalungun”. Universitas Sumatera Utara Tahun 2023	Menggunakan komponen 4A Pariwisata terhadap Kepuasan Pengunjung	Lokasi Penelitian, Waktu Penelitian dan Variabel Penelitian	Variabel Bebas dan Terikat	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Layanan Ancillary berpengaruh positif dan signifikan baik secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun.
5.	Stevianus “Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta”. Universitas Gunadarma Jakarta 2018.	Variabel Penelitian	Lokasi penelitian dan Waktu Penelitian	Kepuasan Pengunjung	Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel atraksi wisata terhadap kepuasan pengunjung.

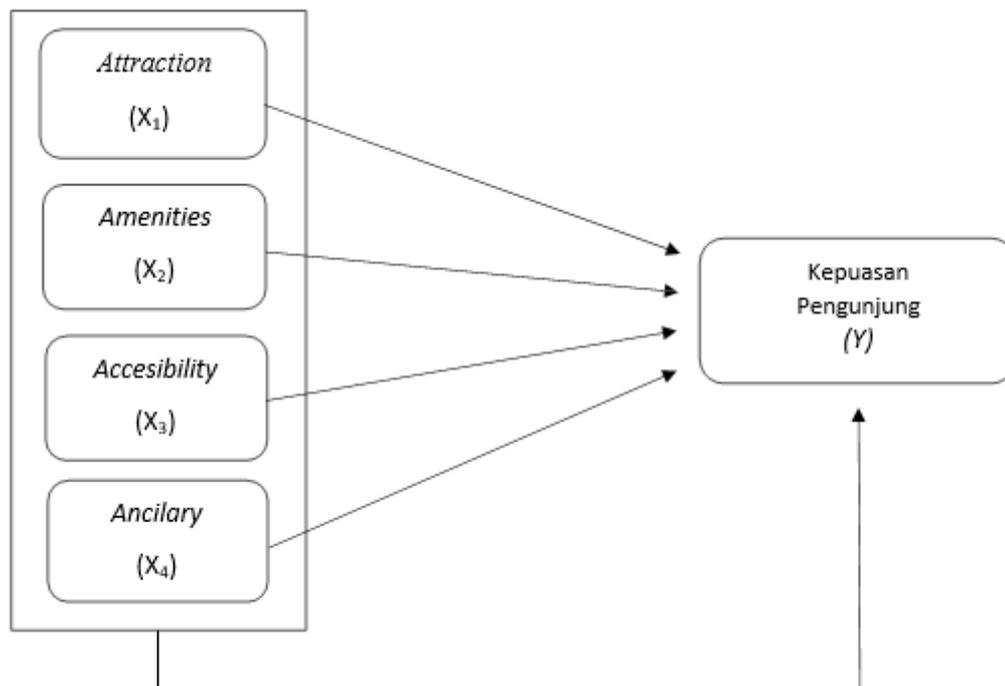
6.	Husna Candranurani Oktavia “Analisis Pengaruh Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Bahari” Politeknik Negeri Bandung tahun 2021	Variabel Penelitian	Lokasi Penelitian dan waktu Penelitian	Tourist Satisfaction	Penelitian ini menemukan bahwa komponen wisata mempunyai pengaruh yang positif untuk kepuasan pengunjung. Akomodasi, Aksesibilitas, dan amenitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
7.	Elinda Ananda Ningtiyas, Stella Alvianna, Syarif Hidayatullah, Dewi Hermin Sutanto, Abdul Waris “Analisis Pengaruh Attracion, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Melalui Loyalitas Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi”. Universitas Merdeka Malang tahun 2021	Variabel Penelitian	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	Komponen 4A Pariwisata terhadap Loyalitas Wisatawan dan minat berkunjung	Hasil penelitian ini mempunyai empat variabel yaitu komponen 4A pariwisata. Dimana komponen 4A Pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Kemudian Attracion dan Accessibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, sedangkan Amenity dan Ancillary memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Sedangkan Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Berkunjung melalui Loyalitas Wisatawan. Dengan kesimpulan bahwa Atraction, Amenity, Accesibility, dan Ancillary tidak sepenuhnya memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata San Terra de Laponte.

8.	Iklima Aminatuz Zuhriah, Stella Alvianna, Syarif Hidayatullah, Ryan Gerry Patalo, Diah Widiawati “Dampak Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makan Gus Dur Kabupaten Jombang”. Universitas Merdeka Malang tahun 2022.	Variabel Penelitian	Lokasi penelitian dan waktu penelitian	Komponen 4A Pariwisata terhadap minat berkunjung wisatawan	Hasil penelitian ini yang didapat bahwa variabel Attraction dan Ancillary berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan, sedangkan Accessibility dan Amenity berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan.
----	--	---------------------	--	--	---

Sumber : Data diolah, 2023

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan judul penelitian diatas maka dari itu secara sistematis bisa digambarkan kerangka pemikiran melauai gambar 2.1



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.6 Hipotesis

Berdasarkan kerangka berfikir diatas maka hipotesis dalam penelitian inibisa dirumuskan menjadi seperti dibawah ini :

H1 : Atraksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasanpengunjung

H2 : Amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasanpengunjung

H3 : Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasanpengunjung

H4 : Ancillary berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasanpengunjung

H5 : Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, Ancillary berpengaruh positifdan signifikan terhadap kepuasan pengunjung