

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pariwisata

Menurut Muljadi (2012:7) istilah Pariwisata baru muncul di masyarakat kira-kira pada abad ke 18, khususnya sesudah Revolusi Industri di Inggris. Istilah tersebut berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara dari seseorang diluar tempat tinggal sehari-hari dengan suatu alasan apapun selain melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji. Pariwisata merupakan aktivitas pelayanan dan produk industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan. Kata Pariwisata berasal dari dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Pari yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, sedangkan wisata berarti perjalanan atau berpergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan atau berpergian yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling.

Sedangkan menurut Hunziker dan Kraft dalam Muljadi (2012:8) Pariwisata adalah keseluruhan hubungan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dan perjalanannya itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungannya dengan kegiatan untuk mencari nafkah.

Selain definisi menurut Muljadi seperti yang telah dikemukakan diatas, Yoeti dalam S.R Primadany (2013:137) mengatakan Pariwisata harus memenuhi Empat kriteria, yaitu:

1. Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain, perjalanan dilakukan diluar tempat kediaman dimana orang itu biasanya tinggal.
2. Tujuan perjalanan dilakukan semata-mata untuk bersenang-senang tanpa mencari nafkah di Negara Kota atau DTW yang dikunjungi.
3. Uang yang dibelanjakan wisatawan tersebut dibawa dari Negara asalnya di mana dia bisa tinggal atau berdiam dan bukan diperoleh karena hasil usaha selama dalam perjalanan wisata yang dilakukan.
4. Perjalanan dilakukan minimal 24 jam atau lebih.

Dalam pengertian kepariwisataan terdapat empat faktor yang harus ada dalam batasan suatu definisi pariwisata. Faktor-faktor tersebut adalah perjalanan itu dilakukan dari satu tempat ke tempat lain, perjalanan itu harus dikaitkan dengan orang-orang yang melakukan perjalanan wisata semata-mata sebagai pengunjung tempat wisata tersebut.

2.2 Manajemen Pariwisata

Pengertian Manajemen menurut Siswanto (2010:13) adalah seni dan ilmu dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian, dan pengendalian terhadap orang dan mekanisme kerja untuk mencapai suatu tujuan.

Pengertian Pariwisata menurut Hunziker dan Kraft dalam Muljadi (2012:8) Pariwisata adalah keseluruhan hubungan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dan perjalanannya itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungannya dengan kegiatan untuk mencari nafkah.

Manajemen Pariwisata adalah meliputi suatu proses perencanaan, pengorganisasian (pengelolaan pegawai), pengarahan dan pengawasan untuk mencapai tujuan tertentu yang terkait dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

2.3 Pengertian Objek Wisata dan Pengelompokan Objek Wisata

2.3.1 Pengertian Objek Wisata

Menurut Yuningsih dalam Asriandy (2013) objek wisata adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Sedangkan obyek wisata alam adalah obyek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya.

2.3.2 Pengelompokan Objek Wisata

Menurut mappi dalam pradikta (2013) objek wisata dikelompokkan kedalam 3 jenis yaitu:

- a. Objek wisata alam, misalnya: laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam, air terjun dan lain-lain.
- b. Objek wisata budaya, misalnya: upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum dan lain-lain.
- c. Objek wisata buatan, misalnya: sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

2.4 Unsur-Unsur Komponen Pariwisata

Menurut Spillane dalam Sari (2011) ada lima unsur komponen pariwisata yang sangat penting, yaitu:

- a. *Attractions* (daya tarik) attractions dapat digolongkan menjadi site attractions dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti kebun binatang, keratin, dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah atau dipindah dengan mudah seperti festival-festival, pameran, atau pertunjukan-pertunjukan kesenian daerah.
- b. *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan) fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata

wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan.

- c. *Infrastructure* (infrastruktur) daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Perkembangan infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun rakyat yang juga tinggal di sana, maka ada keuntungan bagi penduduk yang bukan wisatawan.
- d. *Transportations* (transportasi) dalam objek wisata kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata. Transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata.
- e. *Hospitality* (keramahtamahan) wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan mereka datangi.

2.5 Pengertian Wisatawan

Menurut P.W Ogilive dalam Oka.A.Yoeti wisatawan adalah semua orang yang memenuhi dua syarat pertama bahwa mereka meninggalkan rumah kediamannya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan kedua bahwa sementara mereka pergi, mereka mengeluarkan uang ditempat yang mereka kunjungi, uang mana telah diperolehnya bukan di negeri tersebut, tetapi di negeri lain.

Menurut A.J Norwal dalam Oka.A.Yoeti wisatawan adalah seseorang yang memasuki wilayah negeri asing dengan maksud tujuan apapun, asalkan bukan untuk tinggal permanen atau untuk usaha-usaha yang teratur melintasi perbatasan dan mengeluarkan uangnya di negeri yang dikunjungi, uang mana telah diperolehnya bukan di negeri tersebut tetapi di negeri orang lain.

Jenis-jenis wisatawan menurut Oka. A. Yoeti:

1. Wisatawan Asing (*Foreign tourist*) adalah orang asing yang melakukan sata yang datang memasuki suatu Negara lain yang bukan merupakan Negara dimana ia biasa tinggal
2. Wisatawan Domestic (*Domestic Tourist*) adalah wisatawan dalam negeri yaitu seseorang warga Negara suatu yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan baik kebangsanya uang yang dibelanjakannya atau dokumen perjalalan yang dipunyainya.
3. *Domsetic Foreign Tourist* adalah orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal pada suatu Negara yang melakukan perjalanan wisata di wilayah Negara dimana ia tinggal.
4. *Indigeneous Foreign Tourist* adalah warga negara suatu negara terentu, yang karena tugasnya atau jabatannya diluar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.
5. *Transit Tourist* adalah wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata ke suatu negara tertentu, yang menumpang kapal udara atau kapal laut ataupun kereta api, yang terpaksa mampir atau singgah pada pelabuhan/airport/stasiun bukan atas kemauannya sendiri.
6. *Business Tourist* adalah orang yang melakukan perjalanan (apakah orang asing atau warga negara sendiri) yang mengadakan perjalanan untuk tujuan lain bukan wisata, tetapi perjalanan wisata akan dilakukannya setelah tujuannya yang utama selesai.

2.6 Pengembangan Pariwisata

Menurut Barreto dan Giantari (2015) Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar, objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Alasan utama dalam pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal maupun regional atau ruang lingkup

nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut. Pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata akan selalu diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat banyak.

Menurut Sastrayuda (2010) dalam perencanaan pengembangan meliputi:

1. Pendekatan *Participatory Planning*, dimana seluruh unsur yang terlibat dalam perencanaan dan pengembangan kawasan objek wisata diikutsertakan baik secara teoritis maupun praktis.
2. Pendekatan potensi dan karakteristik ketersediaan produk budaya yang dapat mendukung keberlanjutan pengelolaan kawasan objek wisata.
3. Pendekatan pemberdayaan masyarakat, adalah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengembangkan kemampuannya agar tercapai kemampuan baik yang bersifat pribadi maupun kelompok.
4. Pendekatan kewilayahan, faktor keterkaitan antar wilayah merupakan kegiatan penting yang dapat memberikan potensinya sebagai bagian yang harus dimiliki dan diseimbangkan secara berencana.
5. Pendekatan optimalisasi potensi, dalam optimalisasi potensi yang ada di suatu desa seperti perkembangan potensi kebudayaan masih jarang disentuh atau digunakan sebagai bagian dari indikator keberhasilan pengembangan.

2.7 Sarana dan Prasarana Pariwisata

Menurut Sinarta (2010) Sarana Pariwisata adalah segala kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya yaitu terdiri dari perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung maupun secara tidak langsung dan kehidupannya banyak bergantung pada kedatangan wisatawan.

Prasarana adalah semua fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sehingga memudahkan para wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya.

Seperti yang kita ketahui bahwa sarana kepariwisataan di bagi menjadi 3 bagian yaitu sarana pokok kepariwisataan, sarana pelengkap kepariwisataan, sarana penunjang kepariwisataan.

1. Sarana pokok kepariwisataan (*main tourism superstructure*) adalah sarana yang berfungsi untuk memberikan fasilitas pokok yang dapat memberikan pelayanan bagi kedatangan wisatawan.
2. Sarana pelengkap kepariwisataan (*supplementing tourism superstructure*) adalah perusahaan yang menyediakan fasilitas rekreasi yang fungsinya melengkapi sarana pokok kepariwisataan dan membuat wisatawan dapat lebih lama tinggal disuatu daerah tujuan wisata yang dikunjunginya.
3. Sarana penunjang kepariwisataan (*supporting tourism superstructure*) adalah perusahaan yang menunjang sarana pokok dan sarana pelengkap, berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal di suatu daerah tujuan wisata, tetapi juga membuat wisatawan lebih banyak mengeluarkan uang ditempat yang dikunjunginya.

Kelompok prasarana di bagi menjadi 3 bagian yaitu prasarana umum, kebutuhan pokok pola hidup modern, prasarana wisata.

1. Prasarana umum yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak (umum) bagi perekonomiannya dan termasuk didalamnya adalah system penyediaan: Air bersih, Kelistrikan, Jalur Lalu Lintas, Sistem Pembuangan Limbah, Sistem Telekomunikasi.
2. Kebutuhan pola hidup modern misalnya rumah sakit, apotek, pusat-pusat perbelanjaan, kantor pemerintahan dan pom bensin.
3. Prasarana Wisata meliputi tempat penginapan, tempat informasi wisatawan, kantor informasi dan promosi dikenal dengan *tourist information center* (TIC), tempat-tempat rekreasi dan sport, sarana transportasi penunjang.

2.8 Syarat Objek Wisata Yang Dapat Dikembangkan

Menurut Sinarta (2010) suatu objek wisata dikatakan layak dikembangkan apabila memiliki syarat-syarat antara lain:

1. **Attraction:** Segala sesuatu yang menjadi ciri khas dan menjadi daya tarik wisatawan agar mau berkunjung ketempat wisata tersebut.
2. **Accesbility:** Kemudahan cara untuk mencapai tempat wisata tersebut
3. **Amenity:** Fasilitas yang tersedia di objek wisata tersebut seperti hotel dan restoran
4. **Ancilliary:** Organisasi yang mengolah objek wisata tersebut.

2.9 Minat Wisatawan Berkunjung

Dalam hal ini minat berkunjung merupakan bentuk atau wujud dari minat berperilaku, sedangkan definisi minat berperilaku menurut Simamora (2002:153) secara teoritis minat perilaku dibedakan dari sikap dimana diartikan sebagai suatu kecenderungan potensial untuk mengadakan reaksi jadi dapat diterangkan bahwa sikap mendahului perilaku. Model ini merupakan model sikap yang berkaitan antara sikap, norma subyektif, minat berperilaku dan perilaku. Model ini di dasarkan pendekatan yang menyatakan bahwa peramalan perilaku atau pilihan konsumen dimasa akan datang dapat dilakukan berdasar apa yang telah mereka katakan tentang minat mereka untuk membeli atau mengambil keputusan. Minat berkunjung dilakukan berdasar apa yang telah mereka katakan tentang minat mereka untuk mengambil keputusan. Adapun proses dalam pengambilan keputusan meliputi:

1. Pemrakarsa (initiator)
2. Pemberi pengaruh (influencer)
3. Pengambil keputusan (decider)
4. Pembeli (buyer)
5. Pemakai (user)

2.10 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pemikiran dan acuan dalam pembuatan skripsi ini dan guna menghindari adanya plagiarisme, beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil	Metode Penelitian
1	Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng	Ian Asriandy (2016)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan strategi oleh departemen budaya dan pariwisata bantaeng adalah sebagai strategi rencana. Adapun beberapa pelaksanaan strategi pembangunan diidentifikasi melakukan itu (1).Pengembangan yang dilakukan harus fokus pada satu hal (2). Keterlibatan semua elemen (3). Identifikasi secara menyeluruh agar objek dapat dikembangkan (4).Perilaku pelatihan pemandu wisata dan pelaku bisnis (5) Koordinasi yang sedang berlangsung baik pemerintah maupun masyarakat tentang objek wisata	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif
2	Strategi Perencanaan dan Pengembangan	Marceilla Hidayat (2011)	Hasil Penelitian ini menjelaskan bahwa. (1) Wisata	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik

	Objek Wisata(Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)		<p>bahari merupakan bagian dari Ekowisata. Pengembangan wisata bahari pada umumnya merupakan upaya pengembangan dan pemanfaatan Obyek wisata dan wisata bahari di laut Indonesia. (2) Pengembangan wisata bahari ini diperlukan adanya bantuan dari pihak pemerintah dan investor, kegiatan ini juga membutuhkan investas, kondisi dan hukum.</p>	<p>analisis data menggunakan analisis SWOT</p>
3	Strategi pengembangan objek wisata air panas Di desa marobo, kabupaten bobonaro, Timor leste	Mario Barreto (2015)	<p>Hasil studi ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan objek wisata yang memadai yang dapat diterapkan adalah dengan melakukan pengembangan wisata seperti pada periode hari Raya Natal dan Tahun Baru dengan harga yang kompetitif dan lebih variatif sehingga dapat memenuhi target. Pengembangan obyek wisata dapat dilakukan dengan diversifikasi objek wisata dan modifikasi sistem sehingga para wisatawan dapat melakukan</p>	<p>Penelitian ini menggunakan sample 10 orang yang berasal dari pemerintah, tokoh masyarakat dan pengusaha. Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuensioner. Selanjutnya data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT serta matrik internal dan eksternal (IE).</p>

			perjalanan dengan mudah. Hasil studi berimplikasi kepada semua pihak untuk memberi perhatian yang serius terhadap pengembangan objek wisata air panas Marobo.	
--	--	--	---	--

2.11 Variabel dan Indikator

Untuk menentukan pengembangan objek daya tarik wisata budaya dalam meningkatkan minat wisatawan berkunjung ke objek wisata air terjun curup tenang bedegung kabupaten muara enim dapat diukur menggunakan variabel dan indikator pada tabel 2.2

Tabel 2.2
Variabel dan Indikator

Variabel	Dimensi	Indikator
Pengembangan Objek Daya Tarik Wisata Budaya	<i>Attraction</i>	a. Keindahan Alam b. Seni Pertunjukan c. Pemandangan
	<i>Amenity</i>	a. Ketersedian b. Kebersihan c. Kelengkapan
	<i>Accessibility</i>	a. Prasarana b. Transportasi
	<i>Ancillary</i>	a. Kerjasama b. Penerimaan Masyarakat c. Kualitas SDM
Minat Wisatawan Berkunjung ke Kampung Kapitan	Wisatawan	Berminat mencari informasi seputar wisata Air Terjun Curup Tenang Bedegung

		Berminat merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke wisata Air Terjun Curup Tenang Bedegung
--	--	---