

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Kepariwisataan, Pariwisata dan Wisata

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang dimaksud dengan kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Menurut Yoeti dalam Gunardi (2010) “Pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain”.

Sedangkan wisata berdasarkan Undang-Undang No. 10 tahun 2009 bab I pasal 1 tentang kepariwisataan, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepariwisataan adalah semua hal yang berhubungan dengan pariwisata. Sedangkan pariwisata adalah berbagai jenis kegiatan yang melibatkan masyarakat dan lingkungan sekitar dan wisata adalah kegiatan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok dari suatu tempat ketempat lain dengan tujuan untuk berwisata, liburan dan bersenang-senang atau mendapat kesenangan.

2.1.1. Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Badarudin dalam Maryam (2011:14) jenis-jenis pariwisata berdasarkan motif tujuan perjalanan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis pariwisata khusus, yaitu :

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*), jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, untuk mengendorkan ketegangan syarafnya, untuk menikmati keindahan alam, untuk menikmati hikayat rakyat suatu daerah, untuk menikmati hiburan, dan sebagainya.
2. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*), jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahannya.
3. Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural tourism*), jenis pariwisata ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, cara hidup masyarakat negara lain dan sebagainya.
4. Pariwisata untuk olahraga (*sports tourism*) Jenis pariwisata ini bertujuan untuk tujuan olahraga, baik hanya untuk menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditujukan bagi mereka yang ingin mempraktikkannya sendiri.
5. Pariwisata untuk urusan dagang besar (*business tourism*), dalam jenis pariwisata ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan ini yang menggunakan waktu-waktu bebasnya untuk menikmati dirinya sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai obyek wisata dan jenis pariwisata lain.
6. Pariwisata untuk konvensi (*convention tourism*), banyak negara yang tertarik dan menggarap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan-bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang convention tourism.

Dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis pariwisata berdasarkan tujuannya adalah pariwisata untuk perjalanan, pariwisata untuk rekreasi, pariwisata untuk kebudayaan, pariwisata untuk olahraga, pariwisata untuk bisnis dan pariwisata untuk konvensi.

2.1.2. Destinasi Pariwisata

Menurut Undang-Undang No 10 tahun 2009 destinasi pariwisata atau daerah tujuan pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya

kepariwisataan. Dalam suatu daerah tujuan wisata memiliki objek wisata yang memiliki daya tarik wisata sehingga membuat wisatawan tertarik mengunjunginya.

2.1.2.1. Objek Daya Tarik Wisata (*Tourist Attraction*)

Menurut Sk. Menparpostel No.: Km. 98 / Pw.102 / Mppt-87, obyek wisata adalah semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

Sedangkan daya tarik wisata menurut Undang-Undang No 10 tahun 2009 menyatakan bahwa daya tarik wisata 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.

Sedangkan menurut Warpani dan Indira dalam Tabuni (2015) “Daya tarik wisata yang dimiliki suatu destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata (DTW), yakni sesuatu yang dapat dilihat”.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa obyek daya tarik wisata adalah suatu nilai yang memiliki sebuah keunikan atau keanekaragaman dari suatu objek wisata sehingga dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung.

Menurut Cooper dalam Febrina (2015:3) daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu *attraction* (Atraksi), *accessibilities* (Aksesibilitas), *amenities* (Amenitas atau fasilitas), dan *ancillary* (pendukung pariwisata). Menurut Astuti berikut penjelasannya:

a. Atraksi (*attraction*)

Atraksi merupakan sesuatu yang mampu menarik minat berkunjung wisatawan ke suatu destinasi yang memiliki keunikan dan membedakan antara satu destinasi dengan destinasi yang lain.

b. Amenitas (*amenities*)

Amenitas merupakan fasilitas yang terkait langsung maupun tidak langsung dengan sektor pariwisata yang dimaksudkan untuk membantu atau memudahkan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisatanya pada saat sebelum kedatangan,

kedatangan, saat tinggal, serta saat kembali ke tempat asal wisatawan berasal.

c. Aksesibilitas (*accessibilities*)

Aksesibilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke Destinasi Pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah Destinasi Pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata.

d. Lembaga Pendukung (*ancillary*)

Adanya lembaga pariwisata wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari DTW apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan keamanan, (*protection of tourism*) dan terlindungi.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dipastikan bahwa suatu objek wisata harus mempunyai empat komponen untuk menjadikan suatu objek wisata lebih menarik dan mempunyai daya tarik wisata. Empat komponen tersebut adalah atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ancillary (lembaga pendukung).

2.1.2.2. Jenis-Jenis Obyek Wisata

Menurut Mappi dalam Pradikta (2013:14) Objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu :

1. Objek wisata alam, misalnya : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.
2. 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.
3. 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.

Berdasarkan penjelesan diatas dapat disimpulkan bahwa objek wisata terdiri dari tiga jenis yaitu objek wisata alam, objek wisata budaya dan objek wisata buatan.

2.1.3. Pariwisata Olahraga

Menurut Gammon & Robinson dalam Lupikawaty (2013) wisata olahraga adalah individu dan/atau grup orang-orang yang partisipasi aktif maupun pasif dalam kompetisi atau rekreasi olahraga. Olahraga merupakan motivasi utama untuk bepergian, walaupun elemen perjalanan dapat memperkuat keseluruhan pengalaman.

Menurut Undang-Undang No 3 tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional dalam Astuti (2015:33) Olahraga rekreasi adalah olahraga yang dilakukan oleh masyarakat dengan kegemaran dan kemampuan yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan kondisi dan nilai budaya masyarakat setempat untuk kesehatan, kebugaran dan kegembiraan.

Menurut Kemenpar RI (2016) wisata olahraga sering disebut juga dengan wisata olahraga dan rekreasi adalah suatu perjalanan orang-orang mengunjungi tempat tertentu dalam waktu sementara yang didalamnya terdapat daya tarik wisata olahraga, baik alam, budaya maupun buatan, bertujuan untuk ikut berpartisipasi baik secara aktif maupun pasif guna memenuhi kesenangan/kepuasan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa wisata olahraga adalah kegiatan olahraga yang bersifat aktif dan pasif dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan tujuan kesenangan ataupun berolahraga.

Menurut UNWTO dalam Kemenpar RI (2016), ruang lingkup wisata olahraga adalah:

1. *Active Sport Tourism*

Berarti bahwa tujuan utama dari perjalanan olahraga adalah untuk kesenangan (olahraga musim dingin) dari profesi seseorang (sepak bola atau tenis pemain) dalam kategori ini, orang harus juga menyertakan perjalanan atau liburan di mana olahraga hanya bagian dari perjalanan.

2. *Passive Sport Tourism*

Wisatawan melakukan perjalanan untuk melihat kegiatan olahraga untuk menonton pertandingan seperti *world cup event, the olimpic games* dan lain-lain.

Menurut Ross dalam Kemenpar RI (2011) *Sport tourism* berkaitan dengan pengalaman perjalanan wisata yang bertujuan dengan aktivitas olahraga. Terdapat tiga jenis pariwisata olahraga:

1. *Sport Events Tourism* yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti olimpiade, piala dunia, kejuaraan golf, tenis baik bersifat turnamen tingkat sekolah dan lain-lain.
2. *Active Spot Tourism* yaitu setiap individu yang melakukan perjalanan untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai jenis kegiatan olahraga maupun kompetisi.
3. *Nostalgia Sport Tourism* yaitu perjalanan menuju tempat-tempat dilaksanakannya *event-event* olahraga besar.

Menurut Kemenpar RI (2016) Kategori jenis daya tarik wisata olahraga terdiri dari 3 kategori, yaitu:

1. Daya tarik wisata olahraga (dan rekreasi) berbasis alam
 Daya tarik wisata olahraga dan rekreasi berbasis alam yang memanfaatkan lingkungan alam sebagai sumber daya wisatanya, dikelompokkan menjadi tiga yaitu berbasis potensi keunikan lingkungan alam di wilayah perairan laut, berbasis potensi keunikan lingkungan alam di wilayah daratan, berbasis potensi lingkungan alam di wilayah udara.
2. Daya tarik wisata olahraga (dan rekreasi) berbasis budaya
 Daya tarik wisata olahraga (dan rekreasi) berbasis budaya bersifat tidak berwujud (*intangable*) berupa aktivitas olahraga tradisi sebagai budaya masyarakat setempat yang khas dan dilakukan di bangunan / tempat yang memiliki nilai budaya seperti Gelora Bung Karno (GBK).
3. Daya tarik wisata olahraga (dan rekreasi) berbasis hasil buatan manusia
 Daya tarik wisata olahraga (dan rekreasi) berbasis hasil buatan manusia berupa fasilitas olahraga, yang dibangun untuk menggelar suatu peristiwa olahraga akbar dengan motivasi mencetak prestasi atlet-atlet yang bertanding. Contoh: stadion, venue, padang golf, sirkuit, kolam renang, yang dimanfaatkan untuk menggelar peristiwa olahraga prestasi internasional, diantaranya *Sea Games*, *ASEAN Games*, *Olympiade*, kejuaraan sepakbola dunia dan kejuaraan bulu tangkis dunia.

2.1.4. Pengembangan Destinasi Wisata Olahraga

Menurut Ferdinandus (2014:4) Pengembangan Pariwisata adalah suatu tindakan yang bertujuan memperbaiki serta mengembangkan suatu lingkungan atau kawasan daya tarik wisata sehingga menjadi lebih baik untuk kedepannya.

Pengembangan pariwisata menurut Marpaung dalam Ferdinandus (2014) Pengembangan Pariwisata adalah tidak terbatas dengan membuat tempat serta pembuatan lingkungan semata-mata. Rencana pengembangan seharusnya mencoba merubah suatu objek

lingkungan menjadi objek yang baik sehingga menarik perhatian wisatawan.

Menurut Kemenpar RI (2016) pada suatu objek wisata olahraga harus mempunyai empat komponen yang sama dengan pengembangan objek wisata pada umumnya yaitu *attraction* (atraksi), *accessibilities* (aksesibilitas), *amenities* (amenitas atau fasilitas).

Menurut Damanik (2013:27) unsur implementasi program yang direncanakan ini menyangkut sejumlah tindakan di dalam menjalankan aktivitas pengembangan destinasi, mulai dari pengembangan atraksi, amenitas, aksesibilitas, pengembangan sumber daya manusia, pengembangan kelembagaan hingga ke kegiatan promosi dan pemasaran destinasi. Berikut ini kegiatan tersebut dapat diuraikan secara singkat:

1. Pengembangan atraksi, aksesibilitas dan amenitas secara fisik, terutama yang berkaitan langsung dengan aktivitas yang digunakan oleh wisatawan. Rencana pengembangan atraksi diimplementasikan dalam bentuk pengadaan atau perluasan fasilitas pariwisata misalnya pembangunan *rest area*; pengembangan akses dapat berupa pembangunan jalan setapak menuju *spot bird watching*; pengembangan amenitas dapat berupa penyediaan *tourism information center* (TIC), dan seterusnya.
2. Pengembangan sumber daya manusia. Kegiatan ini sangat penting karena hasilnya akan menjamin baik buruknya mutu layanan wisata. Profesionalisme menjadi kata kunci yang harus dihasilkan dari seluruh kegiatan pengembangan sumber daya manusia ini. Penguatan kapasitas kelembagaan pariwisata. Manajemen desatinasi mensyaratkan suatu struktur organisasi yang kuat ditandai oleh otoritas dan mekanisme pekerjaan yang tegas, dukungan sumber daya (keterampilan dan keahlian, dana dan jejaring) serta pengakuan luas dari publik.

Pengertian diatas menunjukkan bahwa pengembangan suatu objek wisata dapat dilakukan dengan meningkatkan empat komponen utama pada suatu objek wisata tersebut yaitu peningkatan atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary* (lembaga pendukung). Dengan adanya empat komponen di suatu objek wisata maka dapat membuat suatu objek wisata lebih menarik.

2.1.4. Analisis SWOT

Menurut Utama (2012) analisis SWOT atau TOWS adalah alat analisis yang umumnya digunakan untuk merumuskan strategi atas identifikasi berbagai faktor secara strategis berdasarkan pemahaman dan pengetahuan suatu objek. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT mempertimbangkan faktor lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh suatu objek wisata.

1. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi kekuatan dan kelemahan dalam menarik wisatawan di obyek wisata Jakabaring *Sportcity*. Analisis faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan dilakukan untuk mengetahui kondisi daerah tersebut secara internal.

2. Faktor Eksternal

Menurut Utama (2012) Faktor eksternal adalah faktor-faktor berupa daya tarik wisata yang meliputi peluang dan ancaman dalam menarik wisatawan di obyek wisata Jakabaring *Sportcity*.

2.1.4.1. Unsur-unsur SWOT menurut Utama (2012):

1. *Strengths* (Kekuatan)

Menurut Utama (2012) “kekuatan merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam suatu objek wisata. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam objek wisata”.

Sedangkan Menurut Pearce/Robinson dalam Maryam (2011) kekuatan merupakan sumber daya yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu objek wisata yang membuat perusahaan relative lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan wisatawan yang dilayaninya.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

Menurut Utama (2012) Kelemahan merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam suatu objek wisata. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam objek wisata.

Sedangkan Menurut Pearce/Robinson dalam Maryam (2011) kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan peanggan secara efektif.

3. *Opportunities* (Peluang)

Menurut Utama (2011) “Peluang merupakan kondisi peluang berkembang dimasa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar objek wisata”.

Menurut Pearce/ Robinson dalam Maryam (2011) “peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan”.

4. *Threats* (Ancaman)

Menurut Utama (2011) “ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan, kondisi yang mengancam dari luar dan ancaman ini dapat mengganggu objek wisata”.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah kegiatan menganalisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dari suatu objek wisata/organisasi/perusahaan yang dilakukan untuk membuat suatu strategi baru yang dapat membantu objek wisata/organisasi/perusahaan dapat lebih berkembang.

2.2. Penelitian Terdahulu

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi studi literatur juga dilakukan untuk mempelajari dan memperoleh informasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan judul skripsi yaitu tentang pengembangan obyek wisata. Berikut tabel penelitian terdahulu yang terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Objek yang diteliti	Alat Analisis	Hasil
1	Alfriani Maria Ferdinandus (2014)	Studi Pengembangan Wisata Bahari Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Natsepa Kota Ambon Provinsi Maluku	Wisata Bahari di Pantai Natsepa	Analisis SWOT	<p>a.General Strategy (visi) Menjaga fisik pantai atau keindahan alam pantai sebagai potensi yang kuat dalam daya tarik wisata bahari. sehingga dengan menjaga kelestarian pantai maka dapat berpengaruh terhadap SDM masyarakat lokal dalam peluang tenaga kerja lokal.</p> <p>b.Operasional Strategi (misi) menjaga kelestarian pantai (keindahan alam) sebagai potensi yang besar dalam menunjang wisata bahari sehingga kedepannya daya kunjung wisatawan yang datang ke daya tarik wisata tersebut mempunyai kegiatan atraksi pantai yang baru. Kemudian memberikan arahan kepada masyarakat lokal agar dapat memanfaatkan potensi yg ada supaya dapat dijadikan sebagai tenaga kerja lokal</p>
2	Muhammad Salim (2010)	Analisis Strategi Pengembangan Kebun Raya Bogor Sebagai Objek	Kebun Raya Bogor	Analisis SWOT	<p>a.Memperkuat aksesibilitas lintas kabupaten atau kota Bogor dengan mengembangkan <i>linkage</i> wisata.</p> <p>b.Mengembangkan kekhasan produk wisata alam yang</p>

		Wisata			<p>ada di Kebun Raya Bogor.</p> <p>c. Menambah objek wisata baru.</p> <p>d. Meningkatkan sarana dan prasarana yang ada di Kebun Raya Bogor.</p> <p>e. Melakukan kerjasama pendidikan dan keterampilan dengan penyelenggara atau institusi pendidikan formal bidang kepariwisataan.</p>
3	Darken Tabuni (2015)	Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Danau Linouw Di Kota Tomohon Provinsi Sulawesi Utara	Danau Linouw	Analisis SWOT	<p>a. Menjaga dan melestarikan lingkungan sekitar dengan melakukan penghijauan bersama masyarakat, pemerintah dan pihak swasta.</p> <p>b. Meningkatkan fasilitas pendukung dengan pihak pemerintah dan swasta.</p> <p>c. Meningkatkan informasi tentang jangkauan dan jarak tempuh melalui teknologi yang ada dan melalui perbincangan positif dari wisatawan ke orang lain.</p> <p>d. Mengembangkan atraksi wisata di sektor pariwisata dan melakukan promosi yang berkesinambungan melalui teknologi yang ada.</p> <p>e. Memaksimalkan toko souvenir melalui masyarakat sekitar untuk meningkatkan pendapatan.</p>

Pada penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Persamaannya adalah mengkaji tentang pengembangan objek wisata dan perbedaannya adalah objek wisata, jenis wisata dan lokasi penelitian. Objek wisata yang diteliti adalah wisata olahraga di kawasan Jakabaring *Sportcity*, jenis wisata yaitu wisata olahraga dan lokasi penelitian di Jakabaring Palembang.