

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengertian Pariwisata**

Pariwisata pada hakikatnya suatu proses kepergian sementara oleh seseorang atau lebih menuju daerah lain diluar tempat tinggalnya. Pengertian pariwisata menurut UU RI No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. (Muljadi dan Warman 2014)

Menurut pendapat Spillane dalam Kalebos (2016), mengemukakan bahwa pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan, tugas, berziarah dan lain-lain.

Menurut Wahab dalam Kalebos (2016), mengemukakan bahwa pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi.

Sedangkan menurut organisasi pariwisata dunia, UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*), mendefinisikan pariwisata sebagai aktivitas perjalanan dan tinggal seseorang di luar tempat tinggal dan lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun berurutan untuk berwisata, bisnis, atau tujuan lain dengan tidak untuk bekerja di tempat yang dikunjunginya tersebut. (Suryadana dan Octavia, 2015)

## 2.2 Pengertian Daya Tarik Wisata

Menurut Suryadana dan Octavia (2015) daya tarik wisata sejatinya merupakan kata lain dari obyek wisata namun sesuai peraturan pemerintah Indonesia tahun 2009 kata obyek wisata sudah tidak relevan lagi untuk menyebutkan suatu daerah tujuan wisatawan maka digunakanlah kata “Daya Tarik Wisata”.

Menurut UU RI Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan 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.

Menurut A. Yoeti dalam Suryadana dan Octavia (2015) menyatakan bahwa daya Tarik wisata atau “*tourist attraction*” yaitu segala sesuatu yang menjadi daya Tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

Menurut Nyoman S. Pendit dalam Suryadana dan Octavia (2015) mendefinisikan daya tarik wisata sebagai salah sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.

## 2.3 Jenis Daya Tarik Wisata

Menurut Suryadana dan Octavia (2015) daya tarik wisata menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dibagi menjadi 3 (tiga) macam, yaitu:

### 1. Daya Tarik Wisata Alam

Daya tarik wisata alam adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya. Potensi wisata alam dapat dibagi menjadi 4 kawasan yaitu:

- a. Flora fauna
- b. Keunikan dan kekhasan ekosistem, misalnya ekosistem pantai dan ekosistem hutan bakau
- c. Gejala alam, misalnya kawah, sumber air panas, air terjun dan danau

d. Budidaya sumber daya alam, misalnya sawah, perkebunan, peternakan, usaha perikanan

2. Daya Tarik Wisata Sosial Budaya

Daya tarik wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukkan dan kerajinan.

3. Daya Tarik Wisata Minat Khusus

Daya tarik wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus. Dengan demikian, biasanya para wisatawan harus memiliki keahlian. Contohnya berburu, mendaki gunung, arung jeram, tujuan pengobatan, agrowisata, dll.

#### **2.4 Pengertian Sapta Pesona**

Menurut Rafi dkk dalam Hamzah & Utomo (2016), Sapta Pesona adalah suatu kondisi yang diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu daerah atau wilayah tertentu di Negara Indonesia meliputi unsur-unsur diantaranya aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan.

Dalam Penjelasan Pasal 28 huruf h pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 - 2025 bahwa yang dimaksud dengan sapta pesona adalah 7 (tujuh) unsur pesona yang harus diwujudkan bagi terciptanya lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya kegiatan Kepariwisata di suatu tempat yang mendorong tumbuhnya minat wisatawan untuk berkunjung. Ketujuh unsur sapta pesona yang dimaksud di atas adalah: aman; tertib; bersih; sejuk; indah; ramah tamah; dan kenangan.

## 2.5 Unsur-unsur Sapta Pesona

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025 pada pasal 28 huruf h bahwa sapta pesona terdiri dari 7 (tujuh) unsur yaitu:

### 1) Aman/Keamanan

Aman, merupakan suatu kondisi atau keadaan yang memberikan suasana tenang dan rasa tenteram bagi wisatawan. Aman juga berarti bebas dari rasa takut dan khawatir akan keselamatan jiwa, raga, dan harta miliknya (barang bawaan dan yang melekat pada tubuhnya). Aman juga berarti bebas dari ancaman, gangguan dan tindak kekerasan atau kejahatan (penodongan, perampokan, pemerasan, penipuan). Aman, dalam arti termasuk pula penggunaan sarana dan prasarana serta fasilitas, yaitu baik dari gangguan teknis maupun lainnya, karena sarana, prasarana, dan fasilitas tersebut terpelihara dengan baik.

### 2) Tertib/Ketertiban

Merupakan suatu kondisi atau keadaan yang mencerminkan suasana tertib dan teratur serta disiplin dalam semua kehidupan masyarakat. Keadaan atau suasana tertib menghadapi wisatawan lebih ditujukan kepada:

- Tertib dari segi peraturan di mana wisatawan akan mendapatkan suasana pelaksanaan peraturan yang konsisten dan seragam di mana saja.
- Tertib dari segi waktu dimana wisatawan akan menemukan segala sesuatu yang pasti waktunya sesuai dengan jadwal.
- Tertib dari segi mutu pelayanan di mana wisatawan akan mendapatkan mutu pelayanan yang bermutu tinggi.
- Tertib dari segi informasi di mana wisatawan selalu dengan mudah mendapatkan informasi yang akurat dan dalam bahasa yang dapat dimengerti.

### 3) Bersih/Kebersihan

Merupakan suatu kondisi atau keadaan yang menampilkan sifat bersih dan sehat (*hygienis*). Keadaan bersih harus selalu tercermin pada lingkungan dan sarana pariwisata yang bersih dan rapi, penggunaan alat perlengkapan yang selalu terawat baik, bersih dan bebas dari bakteri atau hama penyakit, makanan dan minuman yang sehat, serta penampilan petugas pelayanan yang bersih baik fisik maupun pakaiannya.

Bersih dari segi lingkungan dimana wisatawan akan menemukan lingkungan yang bersih dan bebas dari sampah dan limbah, pencemaran limbah, pencemaran maupun kotoran lainnya. Bersih dari segi bahan di mana wisatawan mendapatkan bahan yang bersih baik pada makanan, minuman, maupun bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyajian.

### 4) Sejuk/Kesejukan

Merupakan suatu kondisi atau keadaan lingkungan yang memberikan suasana segar dan nyaman. Kondisi lingkungan seperti itu tercipta dengan upaya menciptakan suasana penataan lingkungan, pertamanan, penghijauan pada jalur wisata. Memperindah wajah kota dengan pembangunan taman-taman di tempat-tempat terbuka, penghijauan sepanjang jalan, lingkungan dan perkantoran, dan pusat perbelanjaan serta lingkungan pemukiman penduduk dan daya tarik wisata. Dalam ruangan kesejukan dapat diciptakan melalui penataan dan penyediaan pot-pot tanaman bahkan kalau mungkin membuat taman.

### 5) Indah/Keindahan

Merupakan suatu kondisi atau keadaan yang mencerminkan penataan yang teratur, tertib dan serasi, sehingga memancarkan keindahan. Indah, dilihat dari sudut penggunaan tata warna yang serasi, selaras dengan lingkungan sekitarnya, baik interior maupun eksterior serta menunjukkan sifat dan ciri penampilan nasional. Keindahan terutama dituntut dari penampilan semua unsur yang berhubungan langsung dengan pariwisata,

seperti penampilan wajah kota, halaman depan hotel dan bangunan bersejarah, jalur-jalur wisata, lingkungan daya tarik wisata serta produk pariwisata lainnya.

Indah dari segi alam di mana wisatawan akan mendapatkan lingkungan yang indah dikarenakan pemeliharaan dan pelestarian yang teratur dan terus-menerus.

#### 6) Ramah tamah/Keramah tamahan

Adalah sifat dan perilaku masyarakat yang akrab dalam pergaulan, hormat dan sopan dalam berkomunikasi, suka senyum, suka menyapa, suka memberikan pelayanan, dan ringan kaki untuk membantu tanpa pamrih, baik yang diberikan oleh petugas/aparat unsur pemerintah maupun usaha pariwisata yang secara langsung melayaninya.

#### 7) Kenangan

Dalam pengertian kenangan tercakup di dalamnya adalah:

- Kenangan dari segi akomodasi yang nyaman, di mana wisatawan selama menginap akan mendapatkan kenyamanan baik dari segi lingkungan, pelayanan kamar, pelayanan makanan dan minuman maupun pelayanan-pelayanan lainnya.
- Kenangan dari segi atraksi budaya yang mempesona di mana wisatawan akan mendapatkan suatu kenangan akan budaya yang mempesona, baik dari segi variasi, mutu dan kontinuitas maupun waktu yang tepat.
- Kenangan dari segi makanan khas daerah yang lezat di mana wisatawan akan mendapatkan sesuatu kenangan dari makanan khas daerah yang lezat rasanya, *hygienis*, bervariasi, dan menarik dalam penyajiannya.
- Kenangan dari segi cenderamata yang mungil, bermutu, menawan, dan harga yang wajar.

## 2.6 Pengertian Kepuasan Wisatawan

Menurut Kotler dalam Kaligis (2014), Kepuasan pelanggan (wisatawan) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut Sunarto dalam Kalebos (2016), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja/harapan. jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi harapan, pelanggan amat puas.

Menurut Tse dan Wilson dalam Nasution (2004), kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. (Suryadana dan Octavia 2015).

Sedangkan menurut Oliver dalam Utama (2017), mengemukakan bahwa kepuasan konsumen dalam hal ini wisatawan merupakan evaluasi terhadap *surprise* yang melekat pada pemerolehan produk dan atau pengalaman. Dengan kata lain, kepuasan konsumen merupakan penilaian evaluatif konsumen setelah melakukan pembelian atau purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik.

## 2.7 Elemen Kepuasan Wisatawan

Menurut Wilkie dalam Utama (2017) menyatakan bahwa terdapat beberapa elemen dalam kepuasan wisatawan, yaitu:

1. Elemen harapan, di mana harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan,

keinginan dan keyakinan mereka yang akan menyebabkan konsumen tersebut puas.

2. Elemen kinerja, di mana kinerja actual barang atau jasa ketika digunakan tidak dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja actual barang atau jasa berhasil, maka konsumen akan merasa puas.
3. Elemen perbandingan, di mana hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja actual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja actual produk.
4. Elemen pengalaman, di mana harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

## **2.8 Metode Mengukur Kepuasan**

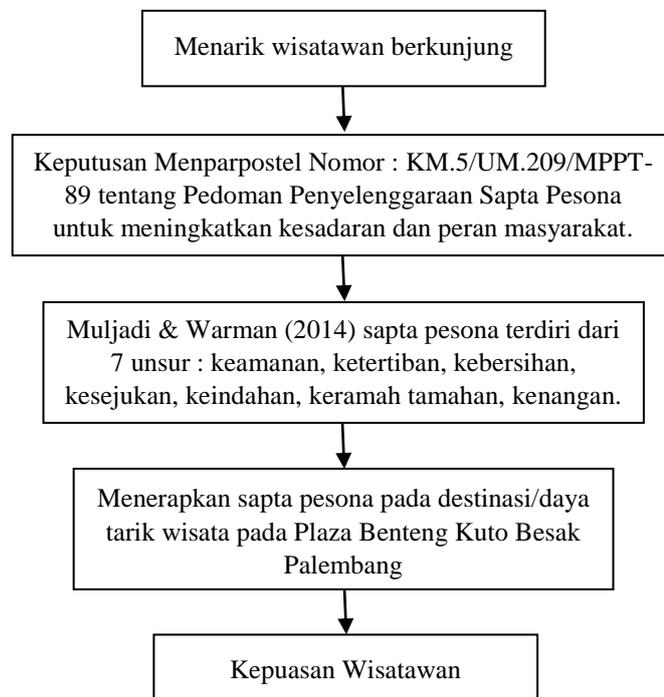
Menurut Tjiptono dalam Utama (2017), metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen (wisatawan) dapat dengan cara:

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan.
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang dirasakan.
3. Responden diminta untuk menuliskan masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan yang mereka sarankan.
4. Responden dapat diminta untuk memberi penilaian berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya, setiap elemen, dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

## 2.9 Kerangka Berfikir dan Hipotesis

Dalam membangun industri pariwisata, pihak pemerintah berupaya untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia. Salah satu upaya tersebut yaitu dengan mengeluarkan peraturan penyelenggaraan sadar wisata dan sapta pesona yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, rasa tanggung jawab segenap lapisan masyarakat, baik pemerintah, swasta maupun masyarakat luas untuk mampu bertindak dan mewujudkannya dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Muljadi dan Warman (2014), sapta pesona terdiri dari 7 (tujuh) unsur yaitu keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramah tamahan serta kenangan. Dari 7 (tujuh) unsur tersebut diharapkan wisatawan yang berkunjung ke berbagai wilayah Indonesia khususnya pada Plaza Benteng Kuto Besak dengan tujuan untuk berwisata dapat merasa puas atas kunjungan yang dilakukan.

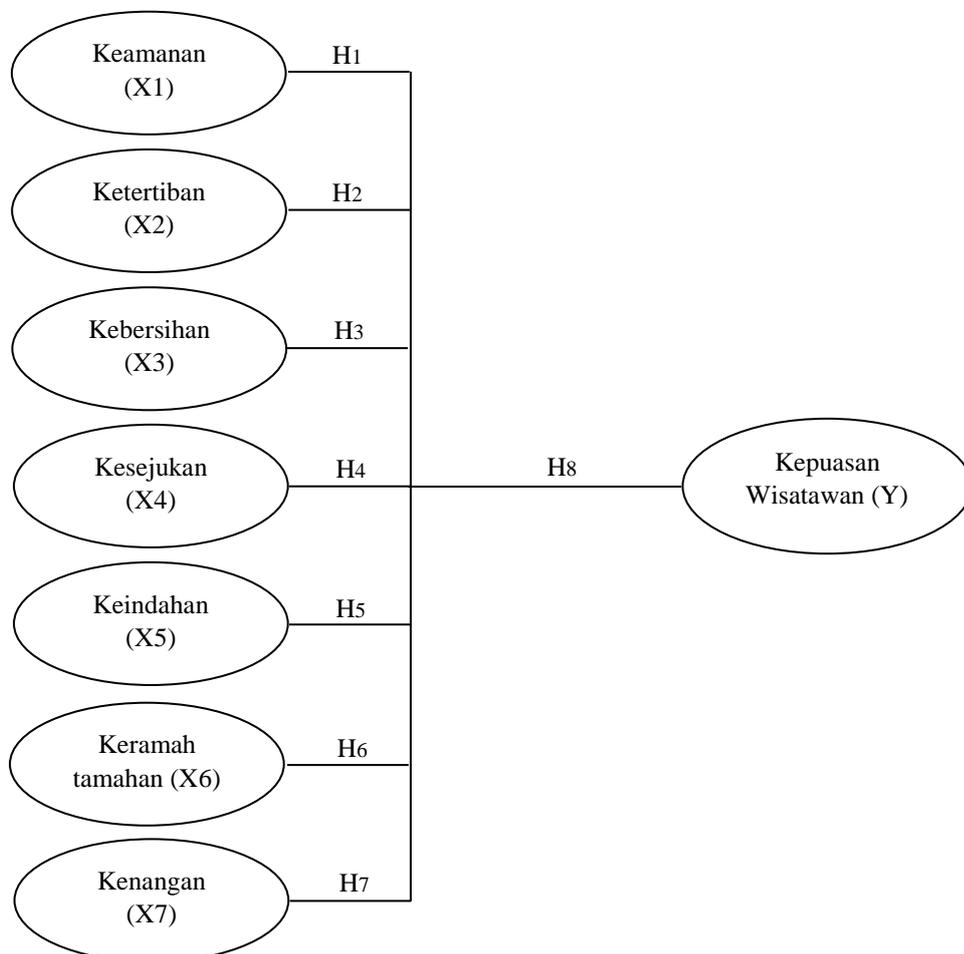
Adapun proses kerangka berfikir pada skripsi ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



**Gambar 2.1**  
**Proses Kerangka Berfikir**  
*Sumber: Analisis Peneliti, 2018*

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi variabel bebas/independen (X) dan variabel terikat/dependen (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Sapta Pesona yang terdiri dari 7 (tujuh) sub variabel yaitu keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramah tamahan dan kenangan (Muljadi & Warman) serta variabel terikat yaitu kepuasan wisatawan.

Adapun hipotesis penelitian dalam skripsi ini dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 2.2**  
**Hipotesis Penelitian**

*Sumber: Diadaptasi dari Peraturan Pemerintah Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata nasional Tahun 2010-2025, 2018*

Dari gambar tersebut dapat dirumuskan hipotesis pada skripsi ini yaitu:

- H1 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara unsur keamanan terhadap kepuasan wisatawan, dimana semakin baik keamanan maka wisatawan semakin merasa puas.
- H2 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara unsur ketertiban terhadap kepuasan wisatawan, dimana semakin baik ketertiban maka wisatawan semakin merasa puas.
- H3 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara unsur kebersihan terhadap kepuasan wisatawan, dimana semakin baik kebersihan maka wisatawan semakin merasa puas.
- H4 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara unsur kesejukan terhadap kepuasan wisatawan, dimana semakin baik kesejukan maka wisatawan semakin merasa puas.
- H5 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara unsur keindahan terhadap kepuasan wisatawan, dimana semakin baik keindahan maka wisatawan semakin merasa puas.
- H6 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara unsur keramah tamahan terhadap kepuasan wisatawan, dimana semakin baik keramah tamahan maka wisatawan semakin merasa puas.
- H7 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara unsur kenangan terhadap kepuasan wisatawan, dimana semakin baik kenangan maka wisatawan semakin merasa puas.
- H8 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara unsur keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramah tamahan, dan kenangan secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan.

## **2.10 Penelitian Terdahulu**

Berikut ini merupakan penelitian yang pernah membahas mengenai sapta pesona yang dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Tujuan	Hasil
1. Putri (2015)	Persepsi Wisatawan Tentang Sapta Pesona Pantai Tiram Kabupaten Padang Pariaman	Mengetahui bagaimana penilaian dari wisatawan yang datang ke Objek Wisata Pantai Tiram dilihat dari 4 indikator: Aman, Tertib, Bersih dan Ramah Tamah.	Secara keseluruhan persepsi wisatawan tentang sapta pesona Pantai Tiram Kabupaten Padang Pariaman termasuk kategori cukup baik dengan nilai skor 95,03%. Indikator aman dengan nilai skor 28,98%, tertib dengan nilai skor 28,34%, bersih dengan nilai skor 20,84% dan ramah tamah dengan skor 16,87%.
2. Amirullah (2016)	Penerapan Sapta Pesona Di Pantai Polewali Kabupaten Poliwali Mandar Provinsi Sulawesi Barat	Mengetahui peran serta upaya masyarakat sekitar Pantai Bahari tentang Program Sapta Pesona, pengembangan kepariwisataan melalui program sapta pesona, dan terakhir upaya pemerintah daerah (Disbudpar Kab. Polewali Mandar) dalam pengembangan kepariwisataan melalui program sapta pesona.	Sebahagian besar masyarakat belum menyadari sapta pesona terlihat dari kondisi lingkungan pantai masih terdapat sampah yang berserakan, belum berperan aktif dalam pembangunan kepariwisataan terbukti masyarakat tidak mengerti dan menyadari bahwa berpartisipasi dapat membantu kehidupannya melalui terbukanya lapangan usaha, dan terakhir pemerintah tidak melakukan penyuluhan rutin terlihat dari pengadaan infrastruktur lingkungan yang belum ada.
3. Hamzah dan Utomo (2016)	Implementasi Sapta Pesona Pada Museum Mandala Wangsit Siliwangi Kota Bandung	Mengetahui gambaran tentang penerapan sapta pesona di objek wisata Museum Mandala Wangsit Siliwangi.	Wisatawan yang berkunjung menilai keamanan lingkungan museum sudah baik (78%). Penggunaan fasilitas publik dalam meminimalisir resiko kecelakaan koleksi museum baik (56%). Jam operasional museum sudah terlaksana dengan baik (82%). Pakaian dan penampilan petugas museum sudah wangi dan bersih (78%). Pihak museum sudah menjaga kondisi sejuk ruangan museum (57%). Tata letak koleksi museum kurang tepat yang membuat kurang nyaman pengunjung

Lanjutan tabel 2.1

			(64%). Pemberian informasi seputar museum sudah diberikan secara lengkap dan sopan oleh pihak museum (55%). Petugas sudah menunjukkan keramahtamahan (50%).
4. Asmara (2017)	Tingkat Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Pantai Padang	Mengetahui dan menganalisis data mengenai tingkat kepuasan wisatawan dilihat dari sapa pesona, aksesibilitas, dan fasilitas di objek wisata pantai padang.	Tingkat kepuasan wisatawan dilihat dari indikator kemanan berkategori puas (69,93%), ketertiban berkategori puas (70,46%), kebersihan berkategori cukup puas (57,86%), kesejukan berkategori puas (71,33%), keindahan berkategori puas (73,8%), ramah tamah berkategori puas (66%), kenangan berkategori puas (63,93%). Tingkat kepuasan wisatawan dilihat dari indikator sarana (69,38% ) dan prasarana (66,08%) transportasi berkategori puas. Tingkat kepuasan wisatawan dilihat dari ketersediaan akomodasi hotel/penginapan berkategori puas (76,57%), mushalla berkategori puas (72,35%), tempat parkir berkategori puas (66,13%), taman bermain berkategori puas (66,57%), kamar mandi dan toilet berkategori cukup puas (56,13%).