

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pariwisata

Pengertian Pariwisata secara etimologi pariwisata berasal dari dua kata yaitu “pari” yang berarti banyak atau berkeliling, sedangkan pengertian “wisata” berarti pergi. Didalam kamus besar Indonesia pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Sedangkan pengertian secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan meninggalkan tempat semula.

Menurut Koen Meyers (2009) Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap ataupun mencari nafkah, melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang, ataupun liburan.

Sedangkan menurut Prof. Salah Wahab dalam Oka A. Yoeti (1996:116) Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapatkan pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Sedangkan menurut Undang – undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara.

2.2 Pengertian Analisis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dsb) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya dsb) (KBBI, 2008)

Analisis berasal dari kata Yunani Kuno “analisis” yang berarti melepaskan. Analisis terbentuk dari dua suku kata yaitu “ana” yang

berarti kembali dan “luein” yang berarti melepas. Sehingga pengertian analisis yaitu suatu usaha dalam mengamati secara detail pada suatu hal atau benda dengan cara menguraikan komponen-komponen pembentuknya atau menyusun komponen tersebut untuk dikaji lebih lanjut.

2.3 Pengertian Kepuasan

Kepuasan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah puas, merasa senang, perhal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan, dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa.

Menurut Oliver dalam Suparto (2011) Mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan akan merasa sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabat serta janji dan informasi dari berbagai media. Pelanggan yang sangat puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan atau instansi tersebut.

2.4 Pengertian Revitalisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Revitalisasi adalah suatu proses atau cara dan perbuatan untuk menghidupkan kembali suatu hal yang sebelumnya terberdaya sehingga revitalisasi berarti menjadikan sesuatu atau perbuatan untuk menjadi vital, sedangkan kata vital mempunyai arti sangat penting atau sangat diperlukan sekali untuk kehidupan dan sebagainya.

2.5 Pengertian Komponen Daya Tarik

Menurut Cooper pada Febrina (2015), daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu: *Attraction* (Atraksi), *accessibilities* (Aksesibilitas), *amenities* (Amenitas atau fasilitas), dan *ancillary service* (jasa pendukung pariwisata)”).

a. Atraksi wisata / daya tarik

Sesuatu yang menjadi daya tarik dan dapat membuat wisatawan terkesan yang berupa : rasa puas, rasa nyaman, dan rasa nikmat pada

wisatawan yang melihatnya atau melaksanakannya. Dalam hal ini dapat berupa : Daya tarik alam, budaya, dan daya tarik buatan manusia.

b. Aksesibilitas (kemudahan)

Sarana yang memberikan kemudahan mencapai daerah tujuan wisata. Tempat tersebut mudah dijangkau, sarana yang diperlukan wisatawan mudah ditemukan, misalnya transportasi ke tempat tujuan, jalan yang akan dilewati aman atau nyaman. Hal itu harus dipertimbangkan dengan mendalam karena itu sangat membantu kemudahan wisata.

c. Amenitas

Tersedianya fasilitas-fasilitas seperti : penginapan, restoran, tempat hiburan, transportasi lokal, alat-alat transportasi, fasilitas perbankan, fasilitas kesehatan dan lain-lain.

Sedangkan menurut pendapat Yoeti (2002) Daya tarik atau atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti: atraksi alam (landscape, pemandangan laut, pantai, iklim dan fitur geografis lain dari tujuan), daya tarik budaya (sejarah dan cerita rakyat, agama, seni dan acara khusus, festival), atraksi sosial (cara hidup, populasi penduduk, bahasa, peluang untuk pertemuan sosial), dan daya tarik bangunan (bangunan, arsitektur bersejarah dan modern, monumen, taman, kebun, marina).

Pengertian daya tarik wisata menurut Undang-undang Republik Indonesia No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab I, pasal 5, juga mengemukakan pengertian dari daya tarik wisata yaitu 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. Sementara dalam Bab I, pasal 10, disebutkan kawasan strategis pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

Yoeti (2002) berpendapat bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu atraksi (*attraction*), mudah dicapai (*accessibility*), dan fasilitas (*amenities*). Sedangkan Middleton (2001) memberikan pengertian produk wisata lebih dalam yaitu produk wisata dianggap sebagai campuran dari tiga komponen utama daya tarik, fasilitas ditempat tujuan dan aksesibilitas tujuan, yaitu.

Pertama, atraksi: elemen-elemen didalam suatu atraksi wisata yang secara luas menentukan pilihan konsumen dan mempengaruhi motivasi calon-calon pembeli diantaranya: atraksi wisata alam (meliputi bentang alam, pantai, iklim dan bentukan geografis lain dari suatu destinasi dan sumber daya alam lainnya), atraksi wisata buatan/binaan manusia (meliputi bangunan dan infrastruktur pariwisata termasuk arsitektur bersejarah dan modern, monument, trotoar jalan, taman dan kebun, pusat konvensi, marina, ski, tempat kepurbakalaan, lapangan golf, toko-toko khusus dan daerah yang bertema), atraksi wisata budaya, (meliputi sejarah dan cerita rakyat (legenda), agama dan seni, teater musik, tari dan pertunjukkan lain, museum dan beberapa dari hal tersebut dapat dikembangkan menjadi even khusus, festival, dan karnaval), atraksi wisata sosial, meliputi pandangan hidup suatu daerah, penduduk asli, bahasa, dan kegiatan-kegiatan pertemuan sosial.

Kedua, amenities/fasilitas: terdapat unsur-unsur didalam suatu atraksi atau berkenaan dengan suatu atraksi yang memungkinkan pengunjung untuk menginap dan dengan kata lain untuk menikmati dan berpartisipasi didalam suatu atraksi wisata. Hal tersebut meliputi: akomodasi (hotel, desa wisata, apartment, villa, caravan, hostel, guest house), restoran, transportasi (taksi, bus, penyewaan sepeda dan alat ski diatraksi yang bersalju), aktivitas (sekolah ski, sekolah berlayar dan klub golf), fasilitas-fasilitas lain (pusat-pusat bahasa dan kursus keterampilan), retail outlet (toko, agen perjalanan, souvenir, produsen camping), pelayanan-pelayanan lain (salon kecantikan, pelayanan informasi, penyewaan perlengkapan dan kebijaksanaan pariwisata).

Ketiga, aksesibilitas: elemen-elemen ini adalah yang mempengaruhi biaya, kelancaran dan kenyamanan terhadap seorang wisatawan yang akan menempuh suatu atraksi, seperti infrastruktur, Jalan, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, perlengkapan (ukuran, kecepatan, jangkauan dari sarana transportasi umum) faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan, peraturan pemerintah yang meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan transportasi.

Walaupun beberapa ahli di atas menyebutkan ada tiga sampai empat produk atau komponen wisata yang harus dimiliki, namun Direktorat Jendral Pariwisata Republik Indonesia yang menyebutkan perkembangan produk wisata dikaitkan atas 4 faktor yaitu: (1) Pertama, *attractions* (daya tarik): *site attractions* (tempat-tempat bersejarah, tempat dengan iklim yang baik, pemandangan indah), event attractions (kejadian atau peristiwa misalnya kongres, pameran, atau peristiwa lainnya) ; (2) Kedua, *amenities* (fasilitas) tersedia fasilitas yaitu: tempat penginapan, restoran, transport lokal yang memungkinkan wisatawan berpergian, alat-alat komunikasi; (3) Ketiga, *accessibility* (aksesibilitas) adalah tempatnya tidak terlalu jauh, tersedia transportasi ke lokasi, murah, aman, dan nyaman; (4) Keempat, *tourist organization* untuk menyusun kerangka pengembangan pariwisata, mengatur industri pariwisata dan mempromosikan daerah sehingga dikenal banyak orang.

2.6 Pengertian Objek dan Daya Tarik Wisata

Menurut Peraturan Pemerintah No. 24/1979 menjelaskan bahwa objek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi (Frans, 2012). Marpaung dalam Prasetyo (Jurnal Ilmu Pemerintahan, 2013) menyatakan bahwa “Objek wisata adalah dasar bagi kepariwisataan. Tanpa adanya objek wisata disuatu

daerah kepariwisataan sulit untuk dikembangkan”. Objek daya tarik sangat erat hubungannya dengan Travel motivation atau travel fashion, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya.

Menurut UU Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, menyatakan bahwa Objek dan Daya Tarik Wisata terdiri atas :

- a. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna.
- b. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis

No	Nama Penulis	Tahun	Judul	Isi	Perbandingan
1	Ellen Grace Tangkere. Lorraine, W. Th. Sondak.	2014	Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Daerah Wisata Puncak Temboan Tomohon.	Studi ini mencoba mengembangkan potensi wisata di puncak temboan, sehingga dapat menarik lebih banyak lagi pengunjung, dan kemudian keterbatasan fasilitas yang masih perlu di kembangkan yang bisa menjadi penarik para	Berdasarkan hasil penitlitan bahwa untuk IKP dimensi kehandalan 83,21% (sangat puas), untuk dimensi bukti langsung IKP 70,47% (puas), untuk dimensi ketanggapan IKP 72,78% (puas), untuk dimensi jaminan IKP 77,71 (puas), dan untuk dimensi Empati

				pengunjung.	73,79% (puas) jadi IKP = 83,21%+70,47 %+72,78%+7 7,71%+73,79 %/5= 75,59% total keseluruhan yang sudah di bagi dengan 5 yaitu 75,59% (baik)
2	Laili Ratnasari	2014	Analisis Kualitias Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Lawang Sewu	Studi ini berisikan tentang cara untuk menganalisis pengaruh reliability (kendala), responsivene s (daya tanggap), emphy (empati), assurance (asuransi), dan tangibles (bukti fisik) terhadap kepuasan pengunjung/ pelan ggan.	Berdasarkan hasil penelitian dapat di lihat dari t hitung sebesar -1,157 dengan nilai singnifikan sebesar 0,250>0,005. dapat dikatakan bahwa kendala tidak berpengaruh secara singnifikan terhadap kepuasan pengunjung. Untuk pengaruh dan daya tanggap terhadap kepuasan dapat di lihat dari t hitung sebesar 2,124 dengan nilai singnifikan sebesar 0,035<0,05. Dapat dikatakan bahwa dimensi

					<p>ketanggapan yang diterapkan di lawang sewu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Untuk dimensi jaminan terhadap kepuasan dilihat dari t hitung sebesar 3,953 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat dikatakan bahwa dimensi ini berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Untuk dimensi kepedulian terhadap kepuasan dilihat dari t sebesar 6,014 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,50$. Dapat dikatakan bahwa dimensi ini berpengaruh positif. Dan untuk dimensi</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan dilihat dari t hitung sebesar 6,060 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,50$ dapat dikatakan bahwa dimensi ini berpengaruh positif. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas layanan petugas (Variabel Kendala, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.</p>
3	Rosita Sri Marhanah Woro Hanoum W	2016	Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Raguan Jakarta	Studi ini berisikan tentang cara untuk menganalisis pengaruh reliability (kendala), responsiveness (daya tanggap), empathy (empati),	Berdasarkan penelitian bahwa untuk hasil pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di TMR seperti fasilitas umum, fasilitas pendukung dan fasilitas

				assurance (asuransi), dan tangibles (bukti fisik) terhadap kepuasan pengunjung/pelanggan.	<p>penunjang untuk fasilitas umum 1,424 dengan presentase 71,2% (baik), fasilitas pendukung 4,754 presentase 67,9% (cukup), fasilitas penunjang 2,502 presentase 71,48% (baik) total skor tanggapan reseponden mengenai fasilitas wisata di TMR adalah 8,680. Hasil tersebut merupakan 69,44% dari skor ideal. Maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai fasilitas wisata di TMR adalah Baik.</p>
--	--	--	--	---	---