

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Produk Wisata

Tiga komponen utama dari produk wisata, sebagai berikut:

1. Atraksi

Atraksi wisata adalah daya tarik dari suatu objek pariwisata ataupun hasil kesenian suatu daerah tertentu yang dapat menarik wisatawan/turis asing untuk berkunjung menuju ke tempat wisata tersebut (James Spilane dalam Adeline:2012) .

Elemen-elemen di dalam suatu atraksi wisata yang secara luas menentukan pilihan konsumen dan mempengaruhi motivasi calon-calon pembeli diantaranya :

- a. Atraksi wisata Alam, meliputi bentang alam, pantai, iklim dan bentukan geografis lain dari suatu destinasi dan sumber daya alam lainnya.
- b. 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.
- c. Atraksi Wisata Budaya, meliputi sejarah dan cerita rakyat (legenda), agama dan seni ,teater music, tari dan pertunjukkan lain, dan museum. Beberapa dari hal tersebut dapat dikembangkan menjadi even khusus, festival, dan karnaval.

Definsi dari wisata budaya tersebut sebagai berikut :

Wisata budaya adalah gerakan atau kegiatan wisata yang dirangsang oleh adanya objek-objek wisata yang berwujud hasil-hasil seni budaya setempat : adat istiadat, upacara agama, tata hidup masyarakat, peninggalan sejarah, hasil seni, kerajinan-

kerajinan rakyat dan sebagainya (R. S. Damardjati dalam Roring:2015)

- d. Atraksi Wisata Sosial, meliputi pandangan hidup suatu daerah, penduduk asli, bahasa, dan kegiatan-kegiatan pertemuan sosial (Middleton dalam Adeline:2012).

Karakteristik atraksi wisata dibagi menjadi 3 tipe yaitu :

- a. Atraksi alam meliputi *Scenic Beauty, Beaches & Marines, Flora & Fauna, Special Environmental Features, Parks & Conservations Area, Health Tourism*.
- b. Atraksi Budaya meliputi atraksi yang didasarkan pada kegiatan manusia, yaitu *Archeological, Historical & Cultural Sites, Distinctive Cultural Patterns, Art & Handicrafts, Interesting Economics Activities, Interesting Urban Areas, Museum & Other Cultural Facilities, Cultural Festival*.
- c. Atraksi Tipe Khusus merupakan atraksi yang berhubungan dengan bentukan alam maupun budaya, tetapi dibentuk secara buatan yaitu *Theme Park, Amusement Parks, & Circurces, Shopping, Special Events, Entertainment, Recreation & Sports* (Inskeep dalam Adeline:2012).

2. Amenitas / Fasilitas

Fasilitas wisata ialah pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata. Fasilitas wisata dibuat untuk mendukung konsep atraksi wisata yang sudah ada. Karena itu selain daya tarik wisata, kegiatan wisata yang dilakukan wisatawan membutuhkan adanya fasilitas wisata yang menunjang kegiatan wisata tersebut. Sehingga pada akhirnya setiap komponen saling berkaitan dalam rangkaian wisata perjalanan mulai dari daya tarik wisata, kegiatan wisata, sampai dengan fasilitas wisata merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

(Mill dalam Adeline:2012) "*Facilities sevice them when they get there*". Fasilitas wisata adalah salah satu hal yang memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang melakukan perjalanan wisata sesampainya mereka di atraksi wisata. Komponen dari fasilitas perjalanan terdiri dari unsur alat transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas makanan-minuman dan fasilitas yang lainnya sesuai dengan kebutuhan perjalanan.

Adapun Fasilitas terbagi sebagai berikut:

a. Akomodasi

Akomodasi diperlukan oleh wisatawan yang sedang berkunjung ke atraksi wisata untuk tempat tinggal sementara sehingga dapat beristirahat sebelum melakukan kegiatan wisata selanjutnya. Dengan adanya akomodasi membuat wisatawan untuk tinggal dalam jangka waktu yang cukup lama untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Hal-hal yang berkaitan dengan akomodasi wisata sangat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung seperti pilihan akomodasi, jenis fasilitas dan pelayanan yang diberikan, tingkat harga, serta jumlah kamar yang tersedia.

b. Tempat makan dan minum

Tentu saja dalam melakukan kunjungan ke tempat wisata para wisatawan yang datang memerlukan makan dan minum sehingga perlu disediakan pelayanan makanan dan minuman. Hal tersebut mengantisipasi bagi para wisatawan yang tidak membawa bekal saat melakukan perjalanan wisata. Makanan khas daerah wisata dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang datang. Hal yang perlu dipertimbangkan yaitu jenis makanan dan minuman, ke-higienisan, pelayanan, harga, bahkan lokasi pun menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

c. Fasilitas umum di lokasi wisata

Fasilitas umum yang dimaksud adalah fasilitas penunjang tempat wisata seperti toilet umum, tempat parkir, musholla, dll.

Pembangunan fasilitas wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Fasilitas wisata secara kuantitatif menunjuk pada jumlah fasilitas wisata yang harus disediakan, dan secara kualitatif menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan tercermin pada kepuasan wisatawan (Gamal Suwanto dalam Adeline:2012).

Syarat-syarat fasilitas yang baik sebagai berikut:

- a. Bentuk dari fasilitas harus dapat dikenal (*recognizable*).
- b. Pemanfaatan fasilitas harus sesuai dengan fungsinya.
- c. Fasilitas harus strategis, dimana pengunjung dapat menemukannya dengan mudah.
- d. Kualitas dari fasilitas itu sendiri harus sesuai dengan standar-standar yang berlaku dalam kepariwisataan (Soekadijo dalam Adeline:2012).

Terdapat unsur-unsur di dalam suatu atraksi atau berkenaan dengan suatu atraksi yang memungkinkan pengunjung untuk menginap dan dengan kata lain untuk menikmati dan berpartisipasi di dalam suatu atraksi wisata. Hal tersebut meliputi :

- a. Akomodasi meliputi hotel, desa wisata, *apartment*, villa, caravan, hostel, *guest house*, dan sebagainya.
- b. Restoran, meliputi dari makanan cepat saji sampai dengan makanan mewah.
- c. Transportasi di suatu atraksi, meliputi taksi, bus, penyewaan sepeda dan alat ski di atraksi yang bersalju.
- d. Aktivitas, seperti sekolah ski, sekolah berlayar dan klub golf.
- e. Fasilitas-fasilitas lain, misalnya pusat-pusat bahasa dan kursus keterampilan.
- f. *Retail Outlet*, seperti toko, agen perjalanan, *souvenir*, produsen *camping*.

- g. Pelayanan-pelayanan lain, misalnya salon kecantikan, pelayanan informasi, penyewaan perlengkapan dan kebijaksanaan pariwisata (Middleton dalam Adeline:2012).

3. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan salah satu faktor yang membantu mempermudah perjalanan wisata para wisatawan yang akan berkunjung ke tempat atraksi wisata. Salah satu komponen yang sangat penting dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas atau kelancaran perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lain. Perpindahan tersebut bisa berjarak dekat ataupun berjarak jauh (Sammeng dalam Adeline:2012).

Komponen aksesibilitas dikategorikan ke dalam dua sifat dasar oleh (Hainim dalam Adeline:2012) yaitu sifat fisik dan non fisik. Aksesibilitas yang bersifat fisik dapat dikategorikan ke dalam suatu bentuk kemudahan-kemudahan yang tersedia menyangkut ketersediaan prasarana dan sarana jaringan transportasi yang menghubungkan antara satu daerah tujuan wisata dengan daerah asal wisatawan, baik dalam bentuk sarana transportasi berjadwal (*scheduled transport*) ataupun yang tidak berjadwal (*non scheduled transport*). Sementara aksesibilitas yang bersifat non fisik, menyangkut suatu bentuk kemudahan pencapaian melalui jalur perizinan atau *permit*, biasanya aksesibilitas dalam kategori non fisik ini ditujukan bagi daerah tujuan wisata yang dilindungi dan dibatasi frekuensi maupun kuantitas kunjungannya.

Elemen-elemen ini adalah yang mempengaruhi biaya, kelancaran dan kenyamanan terhadap seorang wisatawan yang akan menempuh suatu atraksi. Elemen-elemen tersebut ialah :

- a. Infrastruktur
- b. Jalan, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, marina.
- c. Perlengkapan, meliputi ukuran, kecepatan, jangkauan dari sarana transportasi umum.

- d. Faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan.
- e. Peraturan Pemerintah yang meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan transportasi (Middleton dalam Adeline:2012)

2.2. Pengunjung dan Karakteristiknya

Bila diperhatikan, orang-orang yang datang berkunjung disuatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung yang terdiri dari beberapa orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan termasuk didalamnya adalah wisatawan, sehingga tidak semua pengunjung termasuk wisatawan.

Menurut *International Union of Official Travel Organization (IUOTO)*, pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah.

Pengunjung digolongkan dalam dua kategori, yaitu:

1. Wisatawan (*tourist*)

Pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang kunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut:

- a. Pesiari (*leisure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
- b. Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.

2. Pelancong (*excursionist*)

Pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam.

Karakteristik pengunjung dapat dibedakan ke dalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata (Smith dalam Nurhidayah:2017). Dalam hal ini karakteristik pengunjung memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap pengembangan pariwisata. Tidak dapat diterapkan secara langsung langkah-langkah yang harus dilakukan hanya dengan melihat karakteristik pengunjung, melainkan perlu melihat keterkaitan dengan persepsi pengunjung.

Pengunjung pada suatu objek wisata memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan melakukan kunjungan ke suatu objek wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata sehingga dalam menyediakan produk dapat sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung.

Adapun karakteristik pengunjung meliputi:

- a. Jenis kelamin yang dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan.
- b. Usia adalah umur responden pada saat survey.
- c. Kota atau daerah asal adalah daerah tempat tinggal responden.
- d. Tingkat pendidikan responden.
- e. Status pekerjaan responden.
- f. Status perkawinan responden.
- g. Pendapatan perbulan responden.

2.3. Kepuasan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller dalam Saputro:2014).

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang setelah pemakaiannya (Tse dan Wilson dalam Saputro:2014).

Kotler & Keller (2012) berpendapat, kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka.

2.4. Loyalitas

Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap merek serta membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono dalam Saputro :2014).

Suatu perusahaan tentunya ingin memiliki hubungan jangka panjang yang baik dengan konsumennya. Oleh sebab itu perusahaan perlu meningkatkan nilai kepuasan bagi konsumen dan mempertahankan tingkat kepuasan tersebut sehingga dapat menciptakan konsumen yang loyal. Selain itu, dengan terciptanya kepuasan konsumen maka diharapkan tidak terjadi *brand switching* (Ranto dalam Nunuk :2014).

2.5. Museum

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015 Tentang Museum, Museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat. Museum yang didirikan dapat berjenis sebagai berikut :

- a. Museum umum adalah museum yang menginformasikan tentang berbagai cabang seni, peristiwa, disiplin ilmu dan teknologi yang koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia dan/atau lingkungannya. Misalnya antara lain Museum nasional, Museum provinsi, dan Museum kabupaten atau kota.
- b. Museum khusus adalah museum yang menginformasikan tentang satu peristiwa, satu riwayat hidup seseorang, satu cabang seni, satu cabang

ilmu, atau satu cabang teknologi yang koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia dan/atau lingkungannya. Misalnya Misalnya Museum Kebangkitan Nasional, Museum Panglima Besar Soedirman Yogyakarta, Museum Neka Bali, Museum Basoeki Abdullah Jakarta, Museum Transportasi Taman Mini Indonesia Indah, Museum Geologi Bandung, dan Museum Kepresidenan di Istana Presiden Bogor.

2.6. Peneliti Terdahulu

Beberapa tinjauan pustaka yang digunakan dalam penulisan ini, yaitu :

Nurul (2012) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Produk Wisata, Bauran Pemasaran, Kualitas Layanan Dan Kondisi Lingkungan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung (Studi Kasus Pada Taman Wisata Alam Botani Jember)”, membahas tentang produk wisata tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, bauran pemasaran tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, kualitas layanan dan kondisi lingkungan berpengaruh terhadap kepuasan, dan kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung.

Stella (2017), dalam jurnal yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang” membahas tentang harga, produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

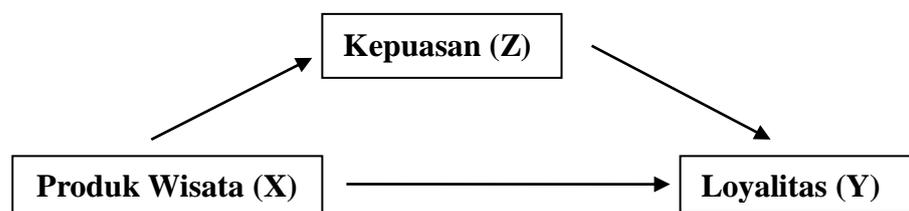
Nunuk (2017) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepuasan Produk Wisata Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisatawan DIY)”, membahas tentang kepuasan produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

Riska, Kastolani, Daluarti (2017), dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Produk Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra *Minang Fantasy Waterpark And Resort* Di Kota Padang Panjang Serta Pada Loyalitas Wisatawan” membahas tentang produk wisata dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap citra *minang fantasy waterpark and resort* di kota padang panjang serta mempunyai pengaruh pada loyalitas wisatawan.

Pada penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Persamaannya adalah menggunakan variabel produk wisata, kepuasan dan loyalitas pengunjung. Perbedaannya adalah pada pembahasan dan lokasi penelitian.

2.7. Kerangka Pemikiran

Secara sistematis, kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

2.8. Hipotesis

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2015:134). Berdasarkan pengertian di atas maka hipotesis dari penelitian skripsi ini adalah:

- H₁: Diduga produk wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada Museum Balaputra Dewa.
- H₂: Diduga kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Museum Balaputra Dewa.
- H₃: Diduga produk wisata berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Museum Balaputra Dewa.
- H₄: Diduga produk wisata melalui kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Museum Bala Putra Dewa.