

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori-teori yang menunjang Penulisan

2.1.1 Pengertian Kepariwisata, Pariwisata dan Wisata

Yoeti dalam Irawan (2010:11), menjelaskan bahwa kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu "...pari yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, keliling, dan wisata yang berarti perjalanan atau bepergian".

Menurut Wahab dalam Yoeti (1996:116), Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri/ diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Sedangkan wisata berdasarkan Undang-Undang No.10 tahun 2009 bab I pasal 1 ayat 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. Pariwisata adalah berbagai jenis kegiatan yang melibatkan masyarakat serta lingkungan sekitar dan wisata adalah kegiatan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dari suatu tempat ketempat lain dengan tujuan untuk berwisata, liburan dan bersenang-senang atau mendapat kesenangan.

2.1.2 Destinasi Pariwisata

Menurut Undang-Undang No.10 tahun 2009 Pasal 1 ayat 6, 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.

Berdasarkan pernyataan undang-undang diatas menyatakan bahwa daerah tujuan wisata merupakan kawasan geografis yang memiliki daya tarik dalam menarik kunjungan wisatawan pada suatu objek maupun destinasi.

Menurut Herber dalam Hadinoto (1996:21), unsur-unsur destinasi yang harus dimiliki pada suatu objek wisata agar memiliki daya tarik yang berhubungan dengan kualitas jasa, antara lain:

1. atraksi
2. budaya
3. tenaga kerja
4. sarana dan prasarana
5. transportasi
6. jasa pendukung
7. akomodasi
8. Pelayanan

2.1.3 Jenis-jenis Wisata

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.

2.1.4 Komponen 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 pasal 1 ayat 5 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.

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). Berikut penjelasannya:

- a. *Atraksi (attraction)*
Atraksi wisata diartikan yang mencakup daya tarik alam, budaya, maupun buatan/ artificial, seperti event atau yang sering disebut sebagai minat khusus (*special interest*) (Sunaryo, 2013: 159).
- b. *Amenitas (amenities)*
Amenitas adalah tersedianya fasilitas-fasilitas dasar atau pendukung yang berada di obyek wisata yang ditujukan untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan. Fasilitas yang dimaksud adalah fasilitas yang memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam menikmati kegiatan wisata, misalnya restoran, tempat ibadah, toko-toko souvenir dan cinderamata, bank, tempat penukaran uang, kator informasi wisata, fasilitas kesehatan, dan fasilitas keamanan (Suwanto, 2004: 21-22).

c. Aksesibilitas (*accessibilities*)

Aksesibilitas wisata adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata. Faktor-faktor yang penting didalam aksesibilitas meliputi: denah perjalanan wisata, data atraksi wisata, bandara, transportasi darat, waktu yang dibutuhkan untuk sampai ketempat wisata, biaya untuk transportasi dan banyaknya kendaraan ketempat wisata (Sunaryo, 2013: 159).

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 (Astuti, 2016: 26)

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).

2.1.5 Jenis-jenis Objek 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 penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa objek wisata terdiri dari tiga jenis yaitu objek wisata alam, objek wisata budaya dan objek wisata buatan.

2.1.6 Pengembangan Destinasi Wisata

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.

Lalu didukung menurut Marpaung dalam Ferdinandus (2014:65), Pengembangan pariwisata adalah tidak terbatas dengan membuat tempat serta pembuatan lingkungan semata-mata. Rencana pengembangan seharusnya mencoba merubah suatu objek lingkungan menjadi objek yang lebih baik sehingga menarik perhatian wisatawan.

Menurut UU nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan wisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait.

2.1.7 Analisis SWOT

Analisis SWOT (*SWOT Analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok kalangan perbankan, dan rekan di perusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan (Richard L.Daft 2010:253).

Selanjutnya menurut Rangkuti (2004:18), menjelaskan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Maka dari itu perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini.

Menurut Fahmi (2013:260) dalam menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu :

- a. Faktor Eksternal
Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi diluar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.
- b. Faktor Internal
Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strenghts and weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian, pengembangan sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

2.1.8 Unsur-unsur SWOT

Menurut David, (2005:47) penjelasan lengkap mengenai unsur-unsur SWOT ialah :

- a. Kekuatan (*Strength*)
Pengertian Kekuatan (*Strength*) adalah segala sumber daya yang dimiliki perusahaan baik sumber daya manusia, keterampilan, soft skill, maupun keunggulan lain yang dimiliki perusahaan yang mana dihubungkan dengan para pesaing perusahaan serta kebutuhan pasar. Kekuatan adalah sebuah persaingan khusus yang mampu memberikan keunggulan daripada perusahaan lain dalam hal kompetisi.
- b. Kelemahan (*Weakness*)
Kelemahan (*Weakness*) merupakan suatu keterbatasan serta kekurangan dalam sebuah perusahaan (dalam hal sumber dayanya, kapabilitas karyawannya, serta penguasaan keterampilan dimana nantinya akan menghambat kinerja perusahaan dimasa yang akan datang. Keterbatasan lain yang dapat menghambat jalannya perusahaan antara lain : fasilitas, tunjangan, sumber daya keuangan perusahaan, kapabilitas manajemen, serta kelihaihan bagian pemasaran.
- c. Peluang (*Opportunities*)
Peluang (*Opportunities*) merupakan suatu kesempatan yang sangat penting yang sangat ditunggu oleh masing-masing

perusahaan. Peluang-peluang yang datang ini pada umumnya bersifat akan menguntungkan perusahaan. Namun terkadang peluang yang datang ini belum tentu langsung bisa disambut oleh perusahaan tersebut di karenakan kendala-kendala tertentu. Contoh peluang yang kedepannya bisa mendatangkan keuntungan kepada perusahaan antara lain perubahan teknologi, peningkatan hubungan dengan pembeli maupun supplier, dan lain-lain.

d. Ancaman (*Threats*)

Kebalikannya dengan peluang, Ancaman (*Threats*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan perusahaan. Hal ini menjadi pengganggu jalannya roda bisnis perusahaan dan mengancam posisi perusahaan didalam pasar, maupun mengganggu tujuan perusahaan. Contoh ancaman yang sering dihadapi perusahaan yaitu aturan-aturan baru dari pemerintah yang sangat merugikan perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Tahun	Judul	Tujuan Penelitian	Perbandingan Metode Penelitian
1.	Ander Sriwi, I Nyoman Sudiarta, Ni Putu Eka Mahadewi	2016	Strategi Pengembangan Kuta Lombok Sebagai Destinasi Wisata	Studi ini bertujuan untuk mengetahui potensi-potensi wisata yang dimiliki oleh destinasi pariwisata Kuta Lombok, kemudian akan dirumuskan strategi yang dapat diterapkan di destinasi pariwisata Kuta Lombok sehingga membantu proses pengembangannya menjadi lebih optimal.	Pendekatan penelitian yang digunakan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi atau pengamatan langsung di lokasi penelitian, wawancara mendalam (<i>in depth interview</i>) yaitu peneliti bertanya langsung kepada informan yang dipilih dan studi dokumentasi. Dalam teknik analisis SWOT batasan masalah ada pada Strategi pengembangan destinasi pariwisata Kuta Lombok. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Sedangkan perbandingan metode

					<p>penelitian yang digunakan pada penelitian penulis, yaitu menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Metode analisis yang digunakan penulis dan peneliti terdahulu memiliki kesamaan, namun pada metode pengumpulan data penulis menggunakan metode observasi, studi kepustakaan, wawancara dan kuesioner dalam mendapatkan data yang dapat mendukung penelitian yang dibuat oleh penulis.</p>
--	--	--	--	--	--

2.	Rini Anggraaini	2014	Pengembangan Objek Wisata Pantai Pasir Padi Sebagai Daya Tarik Wisata	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi-potensi objek dan daya tarik wisata Pantai Pasir Padi, mengetahui usaha Pemerintah Kota Pangkalpinang dan mengetahui hambatan apa saja yang dijumpai Pemerintah Kota Pangkalpinang dalam usaha mengembangkan objek wisata Pantai Pasir Padi.</p>	<p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini mencakup 3 jenis yaitu Metode Observasi, Metode Wawancara dan Metode Pustaka. Sedangkan perbandingan metode penelitian yang penulis gunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Pada metode pengumpulan data penulis menggunakan metode observasi, studi kepustakaan, wawancara dan kuesioner dalam mendapatkan data yang dapat mendukung penelitian yang dibuat oleh penulis.</p>
----	-----------------	------	---	---	---

3.	Aries Susanty. Susatyo Nugroho, Adyan	2015	Optimasi Pengembangan Kawasan Wisata Di Semarang dengan Meggunkan an Metode Analytical Hierarchy Process, Analisis SWOT, dan Multi- Atribute Utility Theory	Penelitian ini bertujuan memilih objek wisata di Semarang yang akan dikaji dengan menggunakan metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> , mendiskripsikan gambaran potensi wisata dari objek wisata di Semarang yang terpilih dengan menggunakan <i>Multi- Attribute Utility Theory</i> .	Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah menggunakan metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> yang merupakan suatu model pendukung keputusan dengan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki yang dilanjutkan dengan metode analisis SWOT dengan tujuan untuk merumuskan strategi dalam penelitian ini didukung dengan metode <i>Multi Attribute Utility Theory</i> yang dimana merupakan metode untuk membantu pengambilan sejumlah alternatif keputusan. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan pengisian kuesioner. Perbandingan metode penelitian yang digunakan pada penelitian penulis, yaitu menggunakan metode
----	---	------	---	--	--

					<p>analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Metode analisis yang digunakan penulis dan peneliti terdahulu memiliki kesamaan hanya pada analisis SWOT yang digunakan dalam perumusan strategi, namun pada metode pengumpulan data penulis menggunakan metode observasi, studi kepustakaan, wawancara dan kuesioner dalam mendapatkan data yang dapat mendukung penelitian yang dibuat oleh penulis.</p>
--	--	--	--	--	---