

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Persepsi

Menurut Murianto (2014:46) persepsi merupakan cara pandang, tindakan dan gambaran yang diberikan seseorang terhadap sesuatu yang berada di lingkungan sekitarnya baik persepsi yang diberikan positif atau negatif.

Persepsi adalah proses bagaimana seorang individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan (Fentri, 2017:4).

Persepsi dalam dunia pariwisata diasumsikan sebagai hasil interaksi individu dengan obyek menghasilkan persepsi individu tentang obyek itu (Rare dan Surdin, 2013:5).

Menurut Iksan dalam Rare dan Surdin (2017:3), ada dua bentuk persepsi yaitu bersifat positif dan negatif. (1) Persepsi positif yaitu persepsi atau pandangan terhadap suatu obyek dan menuju pada suatu keadaan dimana subyek yang mempersepsikan cenderung menerima obyek yang ditangkap karena sesuai dengan pribadinya. (2) Persepsi negatif yaitu persepsi atau pandangan terhadap suatu obyek dan merujuk pada keadaan dimana subyek yang mempersepsi cenderung menolak obyek yang ditangkap karena tidak sesuai dengan pribadinya.

Berdasarkan pengertian persepsi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi merupakan pandangan atau tanggapan seseorang terhadap sesuatu yang dapat ditangkap oleh panca indranya baik itu tanggapan yang positif maupun negatif.

2.1.1 Pengertian Persepsi Wisatawan

Persepsi pengunjung adalah penilaian atau pandangan pengunjung terhadap sesuatu. Persepsi dalam dunia pariwisata merupakan pendapat atau cara pandang pengunjung maupun wisatawan dalam memahami suatu destinasi wisata. (Warpani dalam Fentri, 2017:4).

Menurut Undang-undang No 10 tahun 2009, wisatawan merupakan orang yang melakukan kegiatan wisata. Sehingga berdasarkan pengertian wisatawan dan persepsi pengunjung tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi wisatawan adalah penilaian atau pandangan seseorang yang melakukan kegiatan wisata terhadap tempat atau destinasi yang telah dikunjungi.

2.2 Komponen Pariwisata

Menurut Undang-undang No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Sedangkan menurut WTO atau World Tourism Organization, Pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya. Kemudian pengertian komponen menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah bagian dari keseluruhan atau unsur.

Berdasarkan pengertian dari komponen dan pariwisata tersebut dapat disimpulkan bahwa komponen pariwisata merupakan bagian atau unsur yang ada pada pariwisata. Komponen pariwisata dibutuhkan dalam proses terbentuknya suatu objek wisata yang menarik dan dapat dikunjungi oleh masyarakat.

Menurut Cooper dalam Setiawan (2015:5) terdapat 4 (empat) komponen di dalam pariwisata, yaitu *attraction* (atraksi), *amenities* (fasilitas), *accessibility* (aksesibilitas) dan *ancillary* (pelayanan tambahan).

2.2.1 *Attraction* (Atraksi)

Menurut Setiawan (2015:10) mengemukakan bahwa *Attraction* (atraksi) Merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata. Apa yang dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan. Untuk menemukan potensi kepariwisataan di suatu daerah orang harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu 1) *Natural Resources* (alami), 2) Atraksi wisata budaya, dan 3) Atraksi buatan manusia itu sendiri. Modal kepariwisataan itu dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata ditempat dimana modal tersebut ditemukan. Ada modal kepariwisataan yang dapat dikembangkan sehingga dapat menahan wisatawan selama sehari-hari dan dapat berkali-kali dinikmati, atau

bahkan pada kesempatan lain wisatawan bisa berkunjung ketempat yang sama. Keberadaan atraksi menjadi alasan serta motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata (DTW).

Menurut Direktorat jendral pemerintahan dibagi menjadi tiga macam. *Pertama*, daya tarik wisata alam adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya. 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) budi daya sumber daya alam, misalnya sawah, perkebunan, peternakan, usaha perikanan. *Kedua*, daya tarik wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata, meliputi museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukan dan kerajinan. *Ketiga*, 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, para wisatawan harus memiliki keahlian, contohnya: berburu mendaki gunung, arung jeram, tujuan pengobatan, agrowisata, dan sebagainya (Kirom, 2016: 537).

Soekadijo dalam Abdulhaji (2016:138) mengungkapkan atraksi wisata yang baik juga dapat mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan mereka di tempat atraksi dalam waktu yang cukup lama dan memberikan kepuasan kepada wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *attraction* (atraksi) merupakan daya tarik yang ada pada suatu objek wisata yang dapat berupa alam, budaya, buatan manusia, maupun berupa daya tarik minat khusus. Atraksi tersebut diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung dan membuat wisatawan berada di suatu objek wisata dalam waktu yang relatif lama karena adanya berbagai atraksi yang dapat dinikmati.

2.2.2 Amenities (Fasilitas)

Amenities atau amenitas adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan, rumah makan, transportasi dan agen perjalanan. (Setiawan, 2015:6).

Sedangkan menurut Spillane dalam Rosita *et al.*, (2016:63) menyatakan bahwa fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang.

Sugiana dalam Wilopo dan Hakim (2017:59) menjelaskan bahwa amenitas meliputi “serangkaian fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi (tempat penginapan), penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan (*entertainment*), tempat-tempat perbelanjaan (*retailing*) dan layanan lainnya”.

Pengertian amenitas lainnya menurut Cooper dalam Adiati dan Basalamah (2014:82) *Amenities* merupakan fasilitas dan *service* untuk wisatawan yang berkunjung di suatu destinasi ataupun objek wisata seperti menyediakan makan dan minum, hiburan dan pelayanan lainnya.

Menurut Pitana dan Diarta dalam Astuti dan Noor (2016:29) menjelaskan bahwa, “fasilitas destinasi/amenitas merupakan elemen dalam destinasi atau berhubungan dengan destinasi yang memungkinkan wisatawan tinggal di destinasi tersebut untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan. Fasilitas destinasi bisa berupa akomodasi, restoran, café dan bar, transportasi termasuk penyewaan alat transportasi dan taxi, serta pelayanan lain termasuk toko, salon, pelayanan informasi dan sebagainya”.

Berdasarkan pengertian fasilitas tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang dapat digunakan oleh wisatawan dalam memenuhi kebutuhannya selama berwisata. Kebutuhan tersebut contohnya makan dan minum, tempat beristirahat, tempat beribadah, dan sebagainya, sehingga dengan tersediannya fasilitas tersebut wisatawan dapat merasa nyaman untuk berwisata.

2.2.3 Accessibility (Aksesibilitas)

Menurut Sunaryo dalam Wilopo dan Hakim (2017: 59), aksesibilitas pariwisata dimaksudkan sebagai “segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata terkait”.

Accessibility merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata. Segala macam transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. Di sisi lain akses ini diidentikkan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya, maka tidak akan ada wisatawan yang mempengaruhi perkembangan aksesibilitas di daerah tersebut. Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata, maka harus disediakan aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut dapat dikunjungi (Setiawan, 2015:7).

Aksesibilitas merupakan suatu tingkat kemudahan bagi seseorang untuk mencapai suatu lokasi tertentu, Aksesibilitas ini sangat terkait dengan jarak lokasi suatu daerah terhadap daerah lainnya khususnya jarak lokasi ke pusat-pusat pelayanan publik (*public service*) yang secara spasial identik dengan ibukota provinsi dan ibukota kabupaten/kota. Selain terkait dengan jarak lokasi, aksesibilitas juga terkait dengan waktu dan biaya. Tingkat aksesibilitas wilayah juga bisa diukur berdasarkan pada beberapa variabel yaitu ketersediaan jaringan jalan, jumlah alat transportasi, panjang, lebar jalan, dan kualitas jalan (Miro dalam Farida, 2013:52).

Berbeda menurut Abdulhaji dan Yusuf (2016:138) yang menyatakan bahwa persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi, akses kondisi jalan menuju objek wisata, dan tempat akhir perjalanan seperti terminal atau setidaknya-tidaknya tempat parkir.

Gautama dan Sunarta (2012:5) menyatakan jika suatu obyek tidak di dukung aksesibilitas yang memadai maka obyek yang memiliki atraksi tersebut sangat susah untuk menjadi industri pariwisata, aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi dan komunikasi karena faktor jarak dan waktu yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Yang membuat suatu kawasan lebih banyak di kunjungi adalah sarana akses seperti infrastruktur jalan, obyek dekat dengan bandara dan ada transportasi untuk menuju DTW.

Yollanda (2016:4) mengemukakan bahwa aspek-aspek pengembangan aksesibilitas pariwisata menurut peraturan pemerintah nomor 50 tahun 2011 pengembangan aksesibilitas pariwisata diatur dalam dua pasal yaitu:

- 1) Pembangunan aksesibilitas pariwisata, meliputi:
 - a. Penyediaan dan pengembangan sarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api;

- b. Penyediaan dan pengembangan prasarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api; dan
 - c. Penyediaan dan pengembangan sistem transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api.
- 2) Pembangunan aksesibilitas pariwisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dimaksudkan untuk mendukung pengembangan kepariwisataan dan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di dalam Destinasi Pariwisata Nasional.

Berdasarkan uraian mengenai aksesibilitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas merupakan kemudahan terhadap suatu objek, pelayanan, maupun lingkungan yang dicapai atau didapatkan oleh wisatawan saat berwisata. Kemudahan tersebut bisa berupa kemudahan untuk menuju suatu lokasi, kemudahan dalam mengunjungi atau masuk ke dalam objek wisata, kemudahan dalam mendapatkan jaringan untuk mengakses internet, dan sebagainya.

2.2.4 Ancillary (Pelayanan Tambahan)

Sunaryo dalam Muryani *et al.*, (2018:32) mengemukakan bahwa fasilitas pendukung (*ancillary services*) yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan sebagainya.

Ancillary atau fasilitas pendukung adalah mencakup keberadaan dari berbagai organisasi yang memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran dari suatu destinasi wisata. Organisasi yang terkait dalam hal ini antara lain pihak pemerintah seperti dinas pariwisata dan asosiasi kepariwisataan seperti asosiasi pengusaha perhotelan, biro perjalanan wisata, pemandu wisata (Pangestuti dan Wanda, 2018:86).

Pengertian lain dari *ancillary* adalah pelayanan yang menunjang kegiatan pariwisata seperti adanya kelompok sadar wisata atau lembaga swasta untuk mengelola pengembangan wisata di suatu daerah tujuan wisata, adanya TIC (*Tourist Information Center*) yang memberikan informasi kepada wisatawan baik berupa brosur, buku, peta dan lain sebagainya serta adanya pemandu wisata yang kompeten di bidangnya dan menguasai objek wisata dimana dia bekerja (Anggela dkk, 2017:80).

Pelayanan tambahan harus disediakan oleh Pemerintah Daerah dari suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran,

pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan dengan segala peraturan perundang-undangan baik di jalan raya maupun di objek wisata. *Ancillary* juga merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan, *Tourist Information*, *Travel Agent* dan *stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan (Setiawan, 2015:7).

Berdasarkan uraian mengenai *ancillary* (pelayanan tambahan) tersebut dapat disimpulkan bahwa *ancillary* merupakan pelayanan yang menunjang kegiatan pariwisata seperti *stakeholder* yang berperan dalam menunjang kegiatan pariwisata dengan menyediakan pusat informasi wisatawan, pos keamanan, ATM, dan sebagainya. Jadi, pelayanan tambahan tersebut dapat menunjang atraksi, fasilitas, maupun aksesibilitas yang ada di suatu objek wisata.

2.3 Penelitian Terdahulu

Guna menghindari adanya plagiarisme, beberapa hasil penelitian dan publikasi terdahulu yang dapat diidentifikasi pada tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis	Variabel	Metode	Hasil
1	Persepsi Wisatawan terhadap Aksesibilitas dari Penelokan menuju Objek Wisata Toya Bungkah Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli	Wayan dkk (2015)	Variabel: aksesibilitas Indikator: kualitas aksesibilitas, tingkat kenyamanan wisatawan, kondisi transportasi setelah melalui aksesibilitas, pemandangan pada sekitar aksesibilitas, dan tingkat keselamatan wisatawan selama melewati	Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>quota sampling</i> . Metode analisis data yaitu metode analisis data deskriptif kualitatif dan digunakan pengukuran skala <i>likert</i> .	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi wisatawan terhadap aksesibilitas yang dilalui wisatawan dari Penelokan menuju objek wisata Toya Bungkah adalah baik dengan skor rata-rata dari total jawaban responden yaitu 3,46 (baik).

			aksesibilitas.		
2	Persepsi Pengunjung terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh di Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau	Devola Martania Fentri (2017)	Variabel: persepsi pengunjung dengan sub variabel dan indikator, yaitu: - Aspek Kognitif: Pengetahuan, pandangan dan pemahaman. - Aspek Afektif: Emosi, perasaan dan penilaian. - Aspek Konatif: Motivasi, sikap dan kemasannya.	Sampel yang digunakan adalah <i>accidental sampling</i> , untuk besaran sampling menggunakan rumus slovin. Teknik pengukuran adalah skala <i>likert</i> dengan teknik analisis statistik deskriptif.	Hasil penelitian ini secara keseluruhan dari 3 variabel dan 10 indikator dalam persepsi pengunjung terhadap daya tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh di Desa Wisata Buluh Cina dapat dikatakan dengan kriteria kurang setuju.
3	Persepsi dan Motivasi Wisatawan yang Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Jembong di Kabupaten Buleleng	Anggela dkk (2017)	Variabel pertama pada penelitian adalah persepsi dengan sub variabel, yaitu <i>attraction, amenities, acces, ancillary service</i> . Sedangkan variabel kedua adalah motivasi dengan sub variabel, yaitu <i>push factor</i> dan <i>pull factor</i> .	Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Teknik penentuan sampel adalah <i>accidental sampling</i> . Analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif dengan skala pengukuran yaitu skala <i>likert</i> . Penyajian data dalam bentuk tabel yang berisi data yang telah diolah menjadi data persentase.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi wisatawan yang berkunjung terhadap empat komponen utama penunjang suatu destinasi dapat dikategorikan setuju.

4	Persepsi Wisatawan tentang Destinasi Wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan di Kota Bukittinggi	Novia Sri Putri (2014)	Penelitian ini ditinjau dari indikator: atraksi, aksesibilitas, amenitas, sumber daya manusia, citra, harga	Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei, menggunakan <i>incidental sampling</i> . Jenis data dalam penelitian: data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Persepsi wisatawan tentang destinasi wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan di Kota Bukittinggi berada pada kategori cukup baik (87%).
---	---	------------------------	---	--	--