

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Wisata

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab 1 Pasal 1 dinyatakan bahwa 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.

Sedangkan menurut pendapat Suyitno dalam Tamang (2012) Wisata dalam bahasa Inggris disebut *tour* yang secara etimologi berasal dari kata torah (ibrani) yang berarti belajar, tornus (bahasa latin) yang berarti alat untuk membuat lingkaran, dan dalam bahasa Perancis kuno disebut tour yang berarti mengelilingi sirkuit. Pada umumnya orang memberi padanan kata wisata dengan rekreasi, wisata adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan wisata. Selain itu juga Suyitno dalam Tamang, (2012) mengemukakan pendapat bahwa wisata memiliki karakteristik-karakteristik antara lain :

1. Bersifat sementara, bahwa dalam jangka waktu pendek pelaku wisata akan kembali ke tempat asalnya.
2. Melibatkan komponen - komponen wisata, misalnya sarana transportasi, akomodasi, restoran, objek wisata, toko cinderamata dan lain-lain.
3. Umumnya dilakukan dengan mengunjungi objek wisata dan atraksi wisata.
4. Memiliki tujuan tertentu yang intinya untuk mendapatkan kesenangan.

5. Tidak untuk mencari nafkah ditempat tujuan, bahkan keberadaannya dapat memberikan kontribusi pendapatan bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi.

2.2 Analisis

Menurut (KKBI) Kamus Besar Bahasa Indonesia (2014 : 54), pengertian analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkaranya).

Sedangkan menurut pendapat Satori dalam Q omariyah,(2014) Analisis adalah suatu usaha untuk mengurai suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*) sehingga susunan / tatanan bentuk sesuatu yang diurai itu tampak dengan jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya atau lebih jernih dimengerti duduk perkaranya.

2.3 Produk Wisata

Muljadi dalam Putri Rahmadani, (2016) menyatakan bahwa Produk Wisata adalah suatu bentukan yang nyata dan tidak nyata, dalam suatu rangkaian perjalanan yang hanya dapat dinikmati apabila seluruh rangkaian perjalanan tersebut dapat memberikan pengalaman yang baik bagi yang melakukan perjalanan tersebut, produk wisata memiliki delapan macam unsur pokok yaitu jasa transportasi wisata, jasa penyediaan akomodasi, jasa makanan dan minuman, jasa hiburan dan rekreasi, jasa travel agent, jasa souvenir, daya tarik wisata, jasa perusahaan pendukung.

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

Menurut Inskeep 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.*

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) berpendapat bahwa “*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 pelayanannya 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.

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 standarstandar yang berlaku dalam kepariwisataan.

Menurut Middleton 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.

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.

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.

Middleton dalam Adeline, (2012) juga mengemukakan tentang elemen-elemen ini 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.

2.4 Wisatawan

Wisatawan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dunia pariwisata. Wisatawan sangat beragam, tua-muda, miskin-kaya, asing nusantara, semuanya mempunyai keinginan dan juga harapan yang berbeda. Jika ditinjau dari arti kata “wisatawan” yang berasal dari kata “wisata”

maka sebenarnya tidaklah tetap sebagai pengganti kata “tourist” dalam bahasa inggris. Kata itu berasal dari bahasa Sansekerta “wisata” yang berarti “perjalanan” yang sama atau dapat disamakan dengan kata “travel” dalam bahasa inggris. Jadi orang melakukan perjalanan dalam pengertian ini, maka wisatawan sama artinya dengan kata “traveler” karena dalam bahasa Indonesia sudah merupakan kelaziman memakai akhiran “wan” untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaanya, jabatannya dan kedudukan seseorang. Adapun pengertian wisatawan antara lain:

- a. Menurut Smith dalam M.Hidayat , (2016), menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain.
- b Menurut WTO (2009), membagi wisatawan kedalam tiga bagian yaitu:
 1. Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan kesuatu Negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjunginya.
 2. Wisatawan adalah setiap orang bertempat tinggal di suatu Negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung kesuatu tempat pada Negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam.
 3. Darmawisata atau excursionist adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di Negara yang dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.

Kusumaningrum dalam M.Deni (2009:18) berpendapat tentang wisatawan menurut sifatnya:

- a. Wisatawan modern Idealis, wisatawan yang sangat menaruh minat pada budaya multi nasional serta eksplorasi alam secara individual.
- b. Wisatawan modern Materialis, wisatawan dengan golongan Hedonisme (mencari keuntungan) secara berkelompok.

- c. Wisatawan tradisional Idealis, wisatawan yang menaruh minat pada kehidupan social budaya yang bersifat tradisional dan sangat menghargai sentuhan alam yang tidak terlalu tercampur oleh arus modernisasi.
- d. Wisatawan tradisional Materialis, wisatawan yang berpandangan konvensional, mempertimbangkan keterjangkauan, murah dan keamanan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa wisatawan merupakan orang yang melakukan perjalanan baik itu perjalanan di dalam kota maupun di luar kota baik itu dekat maupun jauh, hanya menetap sementara waktu di tempat salah satu yang dikunjunginya.

2.5 Minat Berkunjung Kembali

Minat beli kembali di definisikan oleh Fullerton dan Taylor dalam Basiya dan Rozak, (2012) sebagai *purchase intention* yaitu keinginan yang kuat untuk membeli kembali. Sedangkan menurut (Miller dalam Glawter, 2012) mendefinisikan *purchase intention* adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu. Definisi ini diasumsikan sebagai anteseden langsung dari perilaku. Penerapannya dalam riset terhadap definisi *purchase intention* adalah pelanggan akan melakukan tindakan pembelian kembali di waktu yang akan datang sebagai respon langsung dari perilaku pasca pembelian dalam jangka waktu tertentu.

Menurut Basiya dan Rozak, (2012) *Purchases intention* dalam hubungannya dengan kunjungan wisatawan dalam pembelian jasa pariwisata disebut sebagai *behavior attention to visit*. Pengembangan konseptualisasi model hubungan antara kualitas pelayanan yang dirasakan, nilai layanan, dan kepuasan serta pengaruh relatifnya terhadap perilaku minat beli.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Metode	Hasil
1.	Analisis Produk Wisata di Pantai Padang	Putri Rahmadani (Skripsi, 2016)	Deskriptif Kualitatif	Pantai padang dari segi daya tarik sudah cukup menarik dengan keunikan tersendiri, sedangkan dari segi jasa makan dan minum, jasa souvenir dan jasa hiburan masih harus dibenahi seperti lahan parkir yang kurang luas, penjualan souvenir yang belum ada sehingga masih membutuhkan pembinaan dari dinas pariwisata.
2.	Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan dalam mengunjungi objek wisata	Ilham Surgawi (Jurnal, 2016)	Deskriptif Kuantitatif	Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (R^2), sehingga diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,393 hal ini berarti variabel independen yang terdiri dari produk wisata, persepsi harga dan promosi memiliki pengaruh sebesar 0,393 atau (39,3%) terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung wisatawan Puri Maerokoco sedangkan sisanya yaitu sebesar 60,7% keputusan berkunjung dipengaruhi

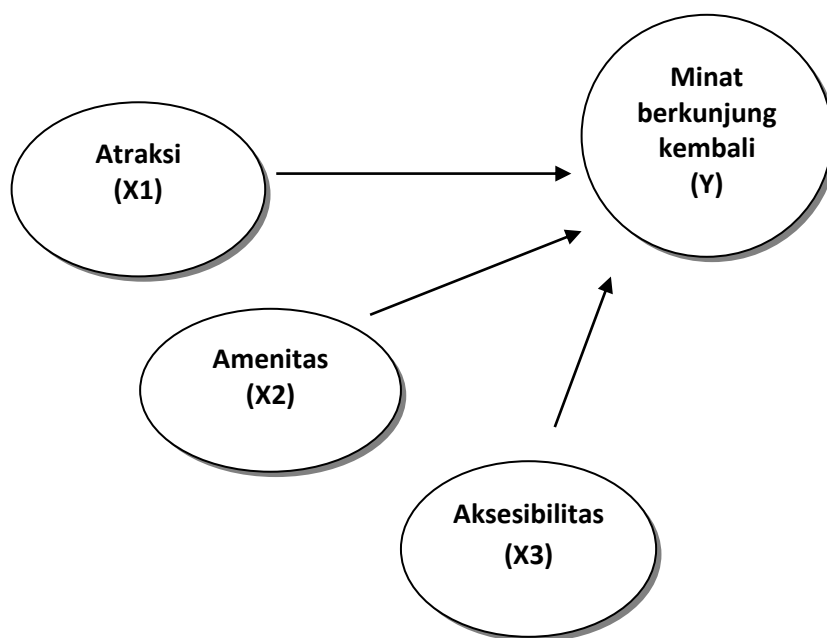
				oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.
3.	Analisis Produk Wisata Situh Bawah Air sebagai Salah Satu Wisata Minat Khusus di Taman Nasional Karimunjawa	Dimas Wihardyanto (Jurnal, 2018)	Deskriptif Kualitatif	hasil penelitian tersebut menunjukkan hasil analisis diketahui bahwa situs bawah air yang dikembangkan sebagai obyek pariwisata khususnya wisata minat khusus yaitu Situs Kapal Indonoor dan Situs Kapal Genteng yang berada di Perairan Pulau Karimunjawa. khusus.
4.	Analisis Pengaruh Kepuasan Produk Wisata terhadap Loyalitas Wisatawan	Nunuk (Jurnal, 2017)	Regresi Sederhana	Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan diketahui bahwa Kepuasan produk wisata dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan berkunjung ke Yogyakarta. Dapat dijelaskan bahwa pelanggan yang puas akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
5.	Pengembangan Produk Pariwisata Pedesaan di Kampung Dago Pojok Bandung	Adrian Agoes (Jurnal, 2015)	Deskriptif Kualitatif	Rahmat Jabaril mengemukakan bahwa belum semua sumber daya tarik wisata ini siap untuk dikunjungi oleh wisatawan. Hal tersebut dinilai dari konsistensi keberadaan kelompok-kelompok kegiatan budaya tersebut. Dari sisi konsistensi ketersediaan untuk dikunjungi, dinilai ada lima unit yang siap untuk dikunjungi

				wisatawan. Kelima unit itu adalah Tukang Saeh, Celempungan, Jaipongan, Kacapi Suling, serta Batik Fraktal. Semua sumber daya tarik wisata yang dimaksud merupakan kegiatan masyarakat yang sudah merupakan menjadi keseharian
6.	Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung	Syakir Kamil, dkk (2017)	Analisis Deskriptif Kuantitatif	Dari hasil analisis data menunjukkan variabel bebas secara serempak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan berkunjung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara serempak variabel bebas Atraksi Wisata (X1) dan Motivasi Wisatawan (X2) terhadap variabel terikat Keputusan berkunjung (Y) dapat diterima dan teruji kebenarannya.
7.	Pengaruh Aksesibilitas dan Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Telaga Tambing	Taufik Tri, dkk (2017)	Analisis Deskriptif Kuantitatif	Aksesibilitas dan citra destinasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali, Aksesibilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali, Citra destinasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali ke Telaga Tambing.

8.	Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang	Bellinda Sofia Nuraeni (2014)	Analisis Deskriptif Kuantitatif	Minat Kunjung Ulang dapat ditingkatkan melalui peningkatan Promosi dari segi kualitas, kuantitas dan jangkauannya, Minat Kunjung Ulang dapat ditingkatkan melalui peningkatan Kualitas Pelayanan yang berdasar pada penilaian keamanan, kenyamanan, keramahan, santun, daya tanggap, dan empati pengelola Museum Ranggawarsita, Minat Kunjung Ulang dapat ditingkatkan melalui citra wisata yang didorong oleh peningkatan kualitas pelayanan. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan suatu citra yang baik, Minat Kunjung Ulang dapat ditingkatkan melalui daya tarik wisata yang didorong oleh peningkatan kualitas pelayanan. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi suatu daya tarik sebuah objek wisata.
----	--	-------------------------------	---------------------------------	--

2.7. Kerangka Pemikiran

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



Gambar 2.1

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

2.8 Hipotesis

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

- H₁: Diduga produk wisata yang terdiri dari segi atraksi, amenitas dan aksesibilitas berpengaruh simultan secara positif dan signifikan dalam menarik minat wisatawan berkunjung kembali di Kota Pagar Alam
- H₂: Diduga produk wisata dari segi atraksi berpengaruh positif dan signifikan dalam menarik minat wisatawan berkunjung kembali di Kota Pagar Alam
- H₃: Diduga produk wisata dari segi amenitas berpengaruh positif dan signifikan dalam menarik minat wisatawan berkunjung kembali di Kota Pagar Alam
- H₄: Diduga produk wisata dari segi aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan dalam menarik minat wisatawan berkunjung kembali