

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengertian Pariwisata**

Pariwisata secara etimologi berasal dari bahasa Sanskerta yaitu *pari* dan *wisata*, *pari* yang berarti banyak atau berkeliling, sedangkan *wisata* yang berarti bepergian atau perjalanan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok dari suatu tempat ke tempat lain. Menurut UU RI No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Menurut Damanik dan Weber dalam Siska dkk (2017:2) mendefinisikan pariwisata sebagai fenomena pergerakan manusia, barang dan jasa yang sangat kompleks. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pariwisata memberikan mekanisme *multiplier effect* sehingga dapat menimbulkan kegiatan lain dan menggerakkan industri-industri lainnya sebagai fasilitas pendukung.

#### **2.2 Pengertian Daya Tarik Wisatawan**

Menurut Undang – Undang RI No 10 Tahun 2009 menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata memiliki keindahan tersendiri, sehingga menjadi salah satu pertimbangan dan acuan seseorang untuk mengunjungi objek wisata. Sedangkan menurut A. Yoeti dalam buku Pengantar Ilmu Pariwisata tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata yaitu segala sesuatu yang mempunyai daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa daya tarik wisata adalah segala

sesuatu yang mempunyai segi keindahan, keunikan sehingga seseorang tertarik untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

### 2.3 Jenis Daya Tarik Wisata

Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017:118) daya tarik wisata terbagi menjadi 3 (tiga) macam yaitu

#### 1. Daya tarik wisata alam

Daya tarik wisata alam adalah daya tarik yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada anugerah keindahan dan keunikan yang telah tersedia di alam, seperti : seperti pantai dengan keindahan pasir putihnya, deburan gelombang ombak serta akses pandangnya terhadap matahari terbit atau tenggelam, laut dengan aneka kekayaan terumbu karang maupun ikannya, danau dengan keindahan panoramanya, gunung dengan daya tarik vulcanonya, maupun hutan dan sarana dengan keaslian flora dan faunanya, sungai dengan kejernihan air dan kedasyatan arusnya, air terjun dengan panorama kecuramannya, dan lain sebagainya

#### 2. Daya tarik wisata budaya

Daya tarik wisata budaya adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik yang berupa peninggalan budaya (*situs/heritage*) maupun nilai budaya yang masih hidup (*the living culture*) dalam kehidupan di suatu masyarakat, yang dapat berupa upacara/ritual, adat-istiadat, seni pertunjukan, seni karya, seni sastra, maupun seni rupa maupun keunikan kehidupan sehari – hari, yang dimiliki oleh suatu masyarakat, beberapa contoh daya tarik wisata budaya di indonesia yang banyak dikunjungi oleh wisatawan adalah situs warisan budaya yang berupa (bangunan, benda, kawasan, struktur, museum, desa tradisional, kawasan kota lama, monumen nasional, sanggar seni pertunjukan, event, festival, seni karya, adat istiadat, maupun karya – karya teknologi modern

### 3. Daya tarik wisata minat khusus

Daya tarik wisata minat khusus (*special interest*) adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan ke lebih banyak berbasis pada aktivitas untuk pemenuhan keinginan wisatawan secara spesifik, seperti : pengamatan satwa tertentu (*birds watching*), memancing (*fishing*), berbelanja (*shopping*), kesehatan dan penyegaran badan (*spa and rejuvenation*), arum jeram, Golf (*sport*), wisata agro, menghadiri pertemuan, rapat, perjalanan *incentive* dan pameran atau yang dikenal dengan wisata MICE (*meeting, incentive, conference and exhibition*) dan aktivitas – aktivitas wisata minat khusus lainnya yang biasa terkait dengan hobby atau kegemaran seseorang wisatawan

## 2.4 Pengertian Wisatawan

Secara umum, wisatawan adalah seseorang yang bepergian meninggalkan kota asal nya ke kota lain untuk melakukan perjalanan wisata. Biasanya seseorang dapat di sebut wisatawan apabila ia menetap/tinggal sementara sekurang – kurang nya 24 jam. Sedangkan kurang dari 24 jam maka ia disebut pelancong. Menurut WTO (World Tourism Organization) definisi wisatawan adalah sebagai berikut :

1. Pengunjung adalah setiap orang yang berkunjung ke suatu negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh negara yang dikunjunginya
2. Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal disuatu negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung ke suatu tempat pada negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan pada salah satu hal berikut
  - a. Memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga
  - b. Bisnis atau mengunjungi keluarga

## 2.5 Pengertian Sapta Pesona

Sapta Pesona berdasarkan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor 5/UM.209/MPPT-89 tentang pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona. Sapta Pesona didefinisikan sebagai kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah atau wilayah di negara Indonesia. Menurut Warman dan Muljadi (2016:125) Sapta Pesona adalah jabaran konsep Sadar Wisata yang terkait dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya untuk menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata, melalui perwujudan unsur aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan kenangan.

## 2.6 Unsur – Unsur Sapta Pesona

Menurut Warman dan Muljadi (2016:126) berikut ini adalah tujuh unsur sapta pesona yang diterapkan untuk memberikan pelayanan yang baik

### 1. Aman

Merupakan suatu kondisi atau keadaan yang memberikan suasana tenang dan rasa tenteram bagi wisatawan. Aman juga berarti bebas dari rasa takut dan khawatir. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan antara lain dengan sikap yang tidak mengganggu kenyamanan wisatawan; menolong dan melindungi wisatawan; menunjukkan sifat bersahabat terhadap wisatawan; memelihara keamanan lingkungan; membantu memberi informasi kepada wisatawan; menjaga lingkungan yang bebas dari bahaya penyakit menular, dan; meminimalkan resiko kecelakaan dalam penggunaan fasilitas publik.

### 2. Tertib

Merupakan suatu kondisi lingkungan dan pelayanan di destinasi pariwisata/daerah tujuan wisata yang mencerminkan sikap disiplin yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur serta efisien sehingga memberikan rasa nyaman dan kepastian bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk

aksi yang perlu diwujudkan antara lain: mewujudkan budaya antri; memelihara lingkungan dengan mentaati peraturan yang berlaku; disiplin waktu/tepat waktu, dan; serba jelas, teratur, rapi dan lancar.

### 3. Bersih

Suatu kondisi lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan di daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang sehat sehingga memberikan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan antara lain tidak membuang sampah sembarangan; menjaga kebersihan lingkungan objek wisata; menjaga lingkungan yang bebas dari polusi udara; menyiapkan sajian makanan dan minuman yang higienis; menyiapkan perlengkapan penyajian makanan dan minuman yang bersih, dan; pakaian dan penampilan petugas yang bersih dan rapi.

### 4. Sejuk

Suatu kondisi di daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang sejuk dan teduh yang akan memberikan perasaan nyaman bagi wisatawan dalam melakukan kunjungannya ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan antara lain: melaksanakan penghijauan dengan menanam pohon; memelihara penghijauan di lingkungan objek wisata, dan; menjaga kondisi sejuk dalam berbagai area di daerah tujuan wisata.

### 5. Indah

Suatu kondisi di daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang indah dan menarik dan memberikan kesan yang mendalam bagi wisatawan sehingga mewujudkan potensi kunjungan ulang serta mendorong promosi ke pasar wisata yang lebih luas. Bentuk Aksi yang perlu diwujudkan antara lain: menjaga objek wisata dalam tatanan yang estetik, alami dan harmoni; menata lingkungan secara teratur, dan menjaga keindahan vegetasi, tanaman hias dan peneduh.

### 6. Ramah

Suatu kondisi lingkungan yang bersumber dari sikap masyarakat di destinasi pariwisata yang mencerminkan suasana yang akrab dan terbuka.

Bentuk Aksi yang perlu diwujudkan: bersikap sebagai tuan rumah yang baik serta selalu membantu wisatawan; memberi informasi tentang adat istiadat secara sopan; menunjukkan sikap menghargai dan toleransi terhadap wisatawan, dan memberikan senyum yang tulus.

#### 7. Kenangan

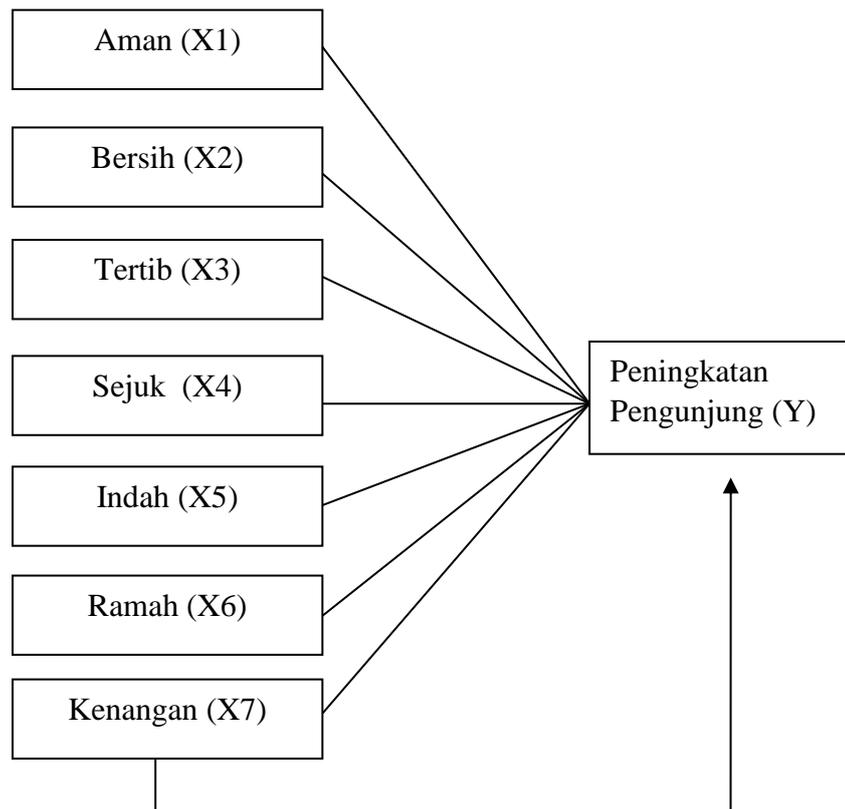
Suatu bentuk pengalaman yang berkesan di destinasi pariwisata yang akan memberikan rasa senang dan kenangan yang indah bagi wisatawan. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan: menggali dan mengangkat keunikan budaya lokal; menyajikan makanan dan minuman khas lokal yang bersih dan sehat; menyediakan cinderamata yang menarik, unik/khas serta mudah dibawa

### 2.7 Pengertian Revitalisasi Secara Umum

Menurut Sri-Edi Swasono (2002) Revitalisasi dalam artian luas dan mendasar adalah “menghidupkan dan menggiatkan” (kembali) faktor-faktor pembangunan (tanah, tenaga kerja, modal, keterampilan dan kewirausahaan, ditambah kelembagaan keuangan, birokrasi serta didukung sarana/prasarana fisik); dan para pelaku pembangunan untuk mengakomodasikan secara struktural dan fungsional tantangan dan kebutuhan baru. Sebagai istilah dalam bidang pelestarian arsitektur dan perencanaan kota “revitalisasi” adalah upaya untuk menghidupkan kembali sebuah bangunan, distrik/kawasan kota yang telah mengalami degradasi melalui intervensi fisik dan non – fisik, yaitu sosial dan ekonomi (Tiesdel, 1996)

### 2.8 Kerangka Berfikir

Menurut Sugiyono (2018:412) kerangka berfikir merupakan sintesa dari teori – teori yang digunakan dalam penelitian sehingga mampu menjelaskan secara operasional variable yang diteliti, menunjukkan hubungan antar variable yang diteliti dan mampu membedakan nilai variable pada berbagai populasi atau dan yang berbeda. Berikut ini adalah kerangka pemikiran yang akan diteliti:



**Gambar 1.**  
**Kerangka Berfikir**

*Sumber: Olahan Penulis, 2020*

## 2.9 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:63), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Adapun hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1, Unsur keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pengunjung di Bukit Siguntang
- H2, Unsur Ketertiban berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pengunjung di Bukit Siguntang
- H3, Unsur kebersihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pengunjung di Bukit Siguntang

- H4, Unsur kesejukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pengunjung di Bukit Siguntang
- H5, Unsur keindahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pengunjung di Bukit Siguntang
- H6, Unsur ramah berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pengunjung di Bukit Siguntang
- H7, Unsur kenangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pengunjung di Bukit Siguntang

## 2.10 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu terkait dengan sapta pesona

**Tabel 5.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil	Metode Penelitian
1	Pengaruh Program Sapta Pesona Terhadap Peningkatan Pengunjung Objek Wisata Guci Tegal (2015)	Suryadi	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sapta pesona mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pengunjung Wisata Guci di Kabupaten Tegal, dengan Koefisien Determinasi $KD = 0,498$ hal ini berarti sapta pesona mempengaruhi terhadap peningkatan pengunjung sebesar 49,8% sedangkan 50,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti	Kuantitatif deskriptif dan suvey, analisis statistik korelasional

2	Penerapan Program Sapta Pesona Pada Objek Wisata Taman Panorama Bukittinggi (2017)	Yesi Saputri, Ranti Komala Dewi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Taman Panorama Bukittinggi telah menerapkan 6 unsur dari 7 sapta pesona yaitu, aman, tertib, bersih, sejuk, indah dan kenangan. Sedangkan ramah belum diterapkan secara optimal	Deskriptif kuantitatif , pengumpulan data melalui kuisisionare dan survei
3	Penerapan Sapta Pesona Pada Desa Wisata	Siska Wahyu Rahmawati, Sunarti, Luchman Hakim	Dari hasil pengamatan, upaya- upaya yang dilakukan terjadi secara bertahap dari awal pembentukan sampai sekarang. Upaya yang telah dilakukan antara lain adalah dengan memperbaiki kualitas sumber daya pengelola melalui pembaruan struktur organisasi yang akan mempengaruhi unsur keamanan pada Sapta Pesona	Deskriptif dengan menggunakan pendekatan campuran ( <i>mixed methods</i> )
4	Analisis Kepuasan Wisatawan Tentang Penerapan Sapta Pesona di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang	Robby Syahputra	Hasil penelitian ini adalah menyimpulkan bahwa secara umum analisis sapta pesona di Pantai Air Manis dari 93 responden menyatakan 44,68% sangat puas, 34,04% kurang pua dan 21,28% tidak puas	Deskriptif data kuantitatif menggunakan metode survey

5	Implementasi Sapta Pesona Pada Museum Mandala Wangsit Siliwangi Kota Bandung	Faizal Hamzah, Eko Tri Utomo	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kondisi yang terlihat dari 7 sapta pesona di Museum tersebut belum terwujud secara maksimal. Maka perlu dilakukan perubahan manajemen, promosi, dan pemugaran tata ruang pada Museum Mandala Wangsit berdasarkan 7 sapta pesona agar dapat menarik wisatawan dan meningkatkan tingkat kunjungan	Deskripsi data kuantitatif, pengumpulan data melalui kuisisionare dan survei
---	--	------------------------------	---	--